



L'intervista

Parla Mauro Severi
di Unindustria Reggio
«Oltre la Mediopadania»

5



Immobiliare

Bologna, prezzi in ripresa
Ma il nuovo catasto
sbilancia il mercato

6-7



Misurazione ottica

Le macchine di precisione
della riminese Vici & C.
conquistano il mondo

9

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI



L'analisi

Carife, sacrifici per salvare un territorio

di Massimiliano Marzo

Il Consiglio dei Ministri di domenica scorsa ha introdotto una novità senza precedenti nel sistema bancario: i crediti inesigibili di quattro istituti di credito attualmente in grave sofferenze (Carife, Banca Marche, Carichieti e Banca Popolare Etruria) verranno conferiti in una «bad bank» e gli obbligazionisti di queste banche si sono visti la totale svalutazione del loro investimento. Chi ci ha perso (e tanto) sono gli investitori (soci e obbligazionisti), ma anche il territorio intero sul quale le banche in questione hanno operato. Era necessario? La risposta è certamente positiva, almeno su questo punto. Queste quattro banche sono in regime di commissariamento da molto tempo. Da questo stato si esce o con la liquidazione o con il rientro in bonis, cosa impossibile per i casi in questione. Evidentemente, se non si fosse agito in questo modo, sarebbe ora impossibile provare a salvare ciò che resta di buono di queste banche e, cosa ancora peggiore, sarebbe necessario ricorrere alla norma che coinvolge anche i clienti con cifre depositate in eccedenza alla soglia dei 100.000 euro. In qualche modo, dunque, la strada era obbligata e ora sarà possibile iniziare a pensare a come far ripartire questi istituti con una nuova classe dirigente. Certo, la cura è uno shock: anche per le Fondazioni Bancarie che avevano investito in queste banche: ora il loro investimento vale zero e non potranno più adempiere alla loro missione di sostegno al territorio con la sicurezza di prima.

continua a pagina 15

Primo piano



Al volante

I mezzi ecologici che si sono dati appuntamento a Bologna: Onda Solare di UniBo, l'Alfa Mito ibrida di Landi Renzo, il bus Saca di Electric Vehicles

Quattordicesimo distretto

L'Emilia-Romagna conta più di 20 aziende specializzate nella mobilità elettrica. Si sono unite in E-Rmes, un gruppo che vuole collaborare nello sviluppo di veicoli a impatto zero. I casi di Tazzari ed Energica, gli unici due prodotti finiti realizzati in Italia. Alle istituzioni chiedono una strategia di incentivi mirati

L'intervento

Filiera del latte, guardare ai mercati globali anziché aspettare tutele

di Giuseppe Alai

La situazione di tensione che si è determinata sul fronte del latte credo vada attribuita pressoché esclusivamente alla sottovalutazione di ciò che significa la globalizzazione e il rapporto fra produzioni e mercati.

Un deficit che, a mio avviso, è indicativo di un approccio ai problemi culturalmente molto fragile, i cui riflessi si valutano poi pesantemente in termini economici.

La cessazione del regime europeo delle quote latte era nota da molto tempo, così

come era evidente il fatto che a fronte di questa apertura del libero mercato non vi sarebbero più state aree in qualche modo protette.

Il grave errore del mondo agricolo italiano — e forse è proprio un errore tipicamente italiano — è stato il pensare che in qualche modo intervenisse qualcuno (ma chi?) a determinare nuove regole di sostegno che stemperassero la competizione tra Paesi, fino ad azzerare gli effetti di una liberalizzazione largamente annunciata.

Fra i competitor, l'Italia sconta una particolare debolezza legata innanzitutto ai costi, ma anziché attrezzarsi per accrescere la competitività si è scelta la via della rivendicazione, quasi che nel libero mercato qualcuno avesse il diritto a trattamenti diversi rispetto ai concorrenti.

continua a pagina 15



GibieSse
SERRAMENTI IN PVC



ANFIT
ASSOCIAZIONE ITALIANA FINESTRE E TENDINE

E' dal passato che viene il FUTURO,
dal 1977 produciamo
serramenti in PVC di qualità!

Novità
MD 76 mm
Valore Uf nodo
lettaio
1,0/W (m²K)

Corso Italia, 598 - Mirabello (FE) - Tel. 0532 845180 Fax 0532 84229
www.gibiesse.com

PRIMO PIANO

Sono una ventina le aziende che si occupano di mobilità sostenibile in regione. Eppure manca una strategia delle istituzioni che le aiuti

Electric Motor Valley: l'auto pulita all'emiliana

di Massimo Degli Esposti

Per l'Istat i distretti industriali emiliano-romagnoli sono 13. Ma il quattordicesimo già bussa alla porta. Anzi, è già nato e ha già un nome. Si chiama **E-Rmes**, che vuol dire «Emilia-Romagna mobilità elettrica sostenibile». Raggruppa una ventina di aziende e racchiude in sé tutte le competenze necessarie a sviluppare veicoli elettrici d'avanguardia. Comprende quelle delle uniche due aziende italiane già in grado di mettere su strada una motocicletta e un'auto pronte all'uso: rispettivamente la modenese **Crp** con la sua supermoto Energica — *Corriere Imprese* ne ha già parlato; la prossima tappa sarà la quotazione in Borsa — e l'imolese **Tazzari Ev** con la sua Zero EM1 che sarebbe fin troppo facile definire la Tesla italiana.

L'abbiamo scoperto due settimane fa quando il manipolo di pionieri si è ritrovato in Fiera, a

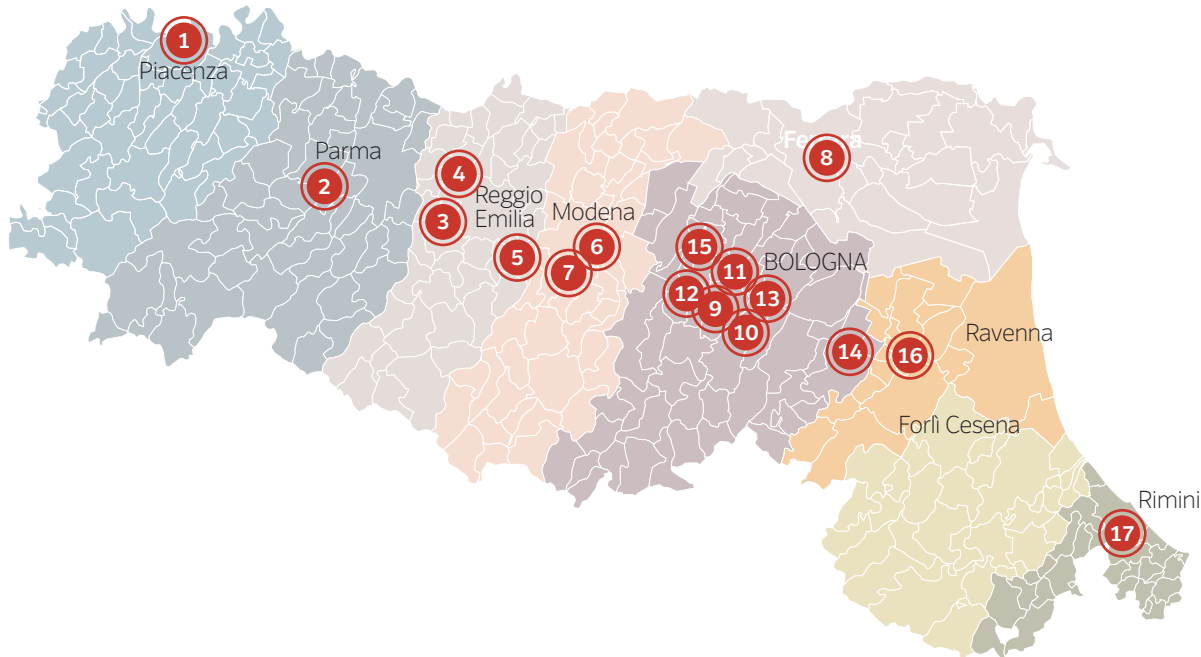
Il nome
E-Rmes significa «Emilia-Romagna mobilità elettrica sostenibile»

Bologna, per elaborare un piano di battaglia comune, sotto le insegne dell'Aster, l'agenzia regionale per il trasferimento tecnologico. Sul tavolo progetti di ricerca condivisi e collaborazioni produttive, ma anche suggerimenti ai pubblici poteri perché incentivino la mobilità «pulita» con un pizzico di lungimiranza in più. «Abbiamo l'occasione di creare qui un polo della mobilità elettrica di rilievo internazionale — dice l'ingegner **Francesco Paolo Ausiello**, responsabile Aster per i progetti strategici ed ex ricercatore di Magneti Marelli — Le risorse tecniche e industriali ci sono tutte, manca solo una strategia che le aiuti a far massa critica».

Ausiello scorre l'elenco dei soci fondatori di E-Rmes ed è come se mettesse in fila i componenti chiave di un veicolo a impatto zero: **Magneti Marelli**, che proprio a Bologna dal 2005 studia e progetta sistemi integrati motore elettrico-inverter (anche per la Ferrari ibrida FXXK da 2,5 milioni di euro), la riminese **Lucchi** nei motori elettrici speciali integrati alle ruote, l'imolese **Mecaprom** nell'engi-

Chi scommette

- | | | |
|---|--|--|
| 1 Consorzio Musp
(Piacenza) | 4 Raw Power srl
(Reggio Emilia) | 7 Electric Vehicles
(Modena) |
| 2 Elantas Italia
(Collecchio, Parma) | 5 Benevelli
(Rubiera, Reggio Emilia) | 8 Active Technologies
(Ferrara) |
| 3 Landi Renzo
(Cavriago, Reggio Emilia) | 6 Crp Meccanica
(Modena) | 9 Five - Fabbrica Italiana Veicoli Elettrici
(Bologna) |



- | | | |
|---|---|--|
| 10 Bredamenarinibus
(Bologna) | 13 Magneti Marelli
(Bologna) | 16 Bassi srl
(Lugo, Ravenna) |
| 11 Ducati Energia
(Bologna) | 14 Mecaprom
(Imola, Bologna) | 17 Lucchi R. Elettromeccanica
(Rimini) |
| 12 Kemet
(Sasso Marconi, Bologna) | 15 Solith
(Casalecchio di Reno - Bologna) | |

neering, la reggiana **Benevelli** nella trasmissione di potenza, la **Aicon** di Cento negli azionamenti di potenza, la ferrarese **Active Technologies** nella strumentazione per testare i sistemi, la parmense **Elantas** e il consorzio piacentino **Musp** nei nuovi materiali e negli isolanti elettrici, **Raw Power** di Reggio Emilia nei sistemi per l'immagazzinamento e la conversione dell'energia. Non c'è ancora in Emilia-Romagna un produttore di accumulatori ad alte prestazioni, ma la **Arcotronic-Kemet** e la **Solith**, entrambe bolognesi, so-

no tra i principali produttori al mondo di macchine per l'imballaggio delle batterie al litio e la Bassi di Lugo è all'avanguardia nei sistemi di ricarica veloce. Molte delle aziende appena citate figurano poi tra i fornitori di **Ducati Energia**,

Il raduno
Le imprese si sono viste a Bologna per discutere di ricerca e collaborazioni

BredaMenarini Bus e **Landi Renzo**, gruppi affermati in altri settori, oggi impegnati nella nuova sfida della mobilità elettrica. Il gruppo bolognese della famiglia Guidi, per esempio, si occupa di componentistica elettronica, ma ormai da anni produce il quadriciclo ibrido **Free Duck** in dotazione a Poste Italiane. BredaMenarini ha lanciato Zeus, un minibus elettrico da 31 posti con circa 140 km di autonomia e 40 chilometri orari di velocità massima. Rivoluzionaria è la proposta della reggiana Landi Renzo, numero uno mon-

diale negli allestimenti Gpl-metano, che ha studiato come «ibridare» autovetture tradizionali a trazione anteriore semplicemente sostituendo le due ruote libere posteriori con ruote dotate di motori elettrici integrati. Il sistema è attualmente in sperimentazione in vista di una prossima omologazione.

La modenese **Electric Vehicles** è invece una nuova realtà totalmente dedicata alla conversione dei veicoli commerciali in veicoli elettrici o a doppia trazione, termica per i percorsi extraurbani ed elettrica per quelli urbani. Ha una capacità produttiva di circa 300 veicoli l'anno e ha già equipaggiato le flotte aziendali di Ikea e Saca. Con un problema: le case non forniscono automezzi semiallestiti, e ogni trasformazione deve partire dal parziale smantellamento del veicolo originario; uno spreco che si traduce in inutili costi.

Insomma, gli ingredienti per fare della nostra regione una electric motor valley ci sono tut-

Ausiello
Servono bandi pubblici che consentano l'aggregazione di più aziende attorno a un nuovo progetto

ti. Manca però il cuoco. «Dovrebbero essere le istituzioni — ribadisce l'ingegner Ausiello — Per esempio avendo l'accortezza di predisporre bandi pubblici con modalità e tempi tali da consentire l'aggregazione di più aziende attorno a un nuovo progetto. Un bus ibrido da 18 metri, come chiedeva la Regione nell'ultimo bando, non si improvvisa in due mesi e per soli 8 esemplari. Infatti BredaMenarini, che pure disponeva di un prototipo, non è stata in grado di partecipare alla gara. E la commessa è finita a un produttore estero». Il secondo nodo riguarda una normativa che equipara tutti i veicoli «a carburante alternativo». «Gpl e metano — osserva però Ausiello — non sono la stessa cosa dell'elettricità. Sono meno inquinanti rispetto ai carburanti tradizionali, ma producono ugualmente i gas serra responsabili del cambiamento climatico. Solo la mobilità elettrica è a impatto ambientale zero, solo quella andrebbe consentita nei centri urbani».

Due posti, 105 chilometri all'ora Così a Imola corre la **Tesla** italiana

Erik Tazzari, presidente dell'omonimo gruppo romagnolo, con l'auto elettrica EM1 vuole rivoluzionare l'automotive. Ha già siglato accordi di licenza per produrre in Cina a partire dall'anno prossimo



ri. Voi?

«All'inizio non abbiamo avuto nessun tipo di contributo; in seguito abbiamo goduto di forme di finanza agevolata da parte della Regione Emilia-Romagna. Ma stiamo parlando di somme non rilevanti rispetto agli investimenti diretti complessivi».

Come finanzia la crescita? La vostra gemella motociclistica Energica Motor Company, per esempio, ha preso la strada della Borsa...

«Ci era stata proposta la quotazione, ma abbiamo preferito mantenere il 100% e finanziarci vendendo tecnologia ed esperienza, piuttosto che quote aziendali. Non le dico poi quante offerte, anche importanti, abbiamo ricevuto da gruppi internazionali grandi anche cento o mille volte più di noi. Riguardo ad Energica Superbike lo scenario è affine, ma diverso: anche loro sono innovatori, ma sono nella fase di avvio della produzione, quella più delicata. Li conosciamo e stiamo valutando anche possibili sinergie, per esempio nelle parti telistiche in alluminio, che è il core business del Gruppo Tazzari».

Sta nascendo un distretto emiliano-romagnolo della mobilità elettrica. Avete pensato a collaborazioni con altre realtà regionali nella componentisti-



Tesla ha usato come base una Lotus, la nostra auto invece è nata elettrica fin dall'inizio

Chi è



● **Erik Tazzari**, 34 anni, è presidente e ad dell'imolese Tazzari Group

Lhanno definita la «piccola Tesla italiana». Ma Erik Tazzari, il giovane imolese (quasi 34 anni, da 10 capo azienda) che le ha dato il nome — oltre ovviamente ad averla pensata e realizzata — preferisce definire il suo gioiellino Tazzari Zero EM1 «una piccola Ferrari elettrica da città». Forse per campanilismo, aggiunge, «visto che siamo nella Motor Valley e non nella Silicon Valley».

In verità, vista così, la Zero sembra più una Smart che una «Rossa»: stessa lunghezza, qualche centimetro in più di larghezza, due posti più un piccolo bagagliaio da 180 litri, linee squadrate e impertinenti, finiture interne di gran classe. Ma ben 250 chili in meno di peso, «una qualità che vale oro — fa notare Erik — se vuoi dare a una vettura elettrica fino a 200 chilometri di autonomia, una velocità massima di 105 chilometri orari e doti di accelerazione degne di una sportiva». Tutto merito del telaio portante in alluminio incollato con colle aerospaziali. Senza l'alluminio, del resto, la Zero EM1,

Dinastia

La famiglia Tazzari vive di alluminio da tre generazioni. Il gruppo è nato nel 1963

unica auto elettrica interamente prodotta in Italia, non sarebbe mai nata.

La famiglia Tazzari, infatti, vive di alluminio da tre generazioni. Fondata nel '63, era già una significativa realtà nelle fusioni in alluminio per automotive molto prima che, nel 2006, il giovane Erik avesse l'intuizione di sfruttare tanto sapere per realizzare «un prodotto a nostro brand, come punta di diamante delle nostre competenze nel campo dell'alluminio e della meccanica e come evoluzione aziendale verso nuovi mercati». La prima versione fu un «quadriciclo» elettrico L7 (l'equivalente di una moto 125 coperta), venduto in oltre mille esemplari e oggi fuori produzione. Da lì il salto verso l'auto vera e propria, rego-

larmente omologata e in vendita al prezzo di 24.000 euro più Iva, batterie al litio comprese.

Caruccia, non crede?

«È stata una precisa scelta: abbiamo deciso di virare verso un prodotto di segmento "luxury", con tutti gli optional di serie e prestazioni record nel nostro settore: fino a 200 km di autonomia e una ricarica rapida trifase in optional che consente di raggiungere l'80% della carica in appena 45 minuti».

Tutto «fatto in casa». Quanto è costato realizzare questo sogno?

«Potrei risponderle che abbiamo investito quanto basta per realizzare un buon lavoro. In realtà il successo è stato superiore alle aspettative e il settore auto già si autofinanzia, producendo l'80% del margine operativo e il 20% dei ricavi complessivi del gruppo, che quest'anno sono stati di 42 milioni di euro, nostro record storico. Ovviamente abbiamo progetti per crescere ancora».

In che modo?

«Il nostro modello di business prevede di condividere la nostra

tecnologia nel mondo attraverso partnership e cessioni di licenze produttive. In questo ambito è stato raggiunto un accordo per cedere la licenza di produzione del modello EM1 in Cina a uno dei maggiori costruttori asiatici, che inizierà a produrre da fine 2016. Abbiamo trattative per altri Paesi, e stiamo lavorando su nuovi modelli a nostro brand e per altri brand. Negli stabilimenti di Imola manteniamo la produzione alto di gamma e l'engineering, il design, i prototipi dei nuovi modelli; e italiani sono i nostri fornitori».

Si dice che Tesla abbia beneficiato di contributi pubblici per quasi 500 milioni di dolla-



Negli stabilimenti di Imola manteniamo la produzione alto di gamma e l'engineering, il design, i prototipi

In strada
Sopra e a sinistra un modello della Tazzari Zero EM1 Electric Car Bagnia del 2015. A destra la Energica Eva, superbike elettrica della modenese Energica group

ca, nei nuovi materiali, nell'accumulazione di energia o nelle power unit?

«In questi quasi 10 anni abbiamo dovuto lavorare prevalentemente da soli su ognuno di questi singoli temi; ma visto che l'unione fa la forza non siamo assolutamente preclusi a collaborazioni nel presente e nel futuro».

Voi e Tesla. Cosa avete in comune?

«Direi molte cose, oltre alla lettera T. L'approccio pionieristico e gli obiettivi tecnici senza precedenti sono praticamente gli stessi nostri target e principi, rapportati al settore delle elettriche compatte. Loro hanno commercializzato la prima auto elettrica nel 2008, noi nel dicembre 2009. Ma loro hanno usato come prima base una Lotus preesistente che venne convertita, mentre la nostra Zero è nata elettrica fin dall'inizio. Detto questo, lunga vita a Tesla: hanno fatto cose straordinarie. Come noi, nel nostro piccolo».

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MARIA CLAUDIA®

COLLEZIONE MOVIMENTI PIETRE

UN ELEGANTE BAGLIORE, UN MOVIMENTO DI LUCE,
PIETRE TRASPARENTI CHE SOTTOLINEANO LA NOSTRA FEMMINILITÀ
E LA CONSAPEVOLEZZA DI ESSERE DONNA.

Maria Claudia

GIACOBBAZZI GIOIELLI BOLOGNA VIA SAN FELICE, 14/A	NATALE FONTANA GIOIELLI GIFRA SRL BOLOGNA VIA F. RIZZOLI, 1/A	SKIZZO GIOIELLI SASSO MARCONI VIA DEL MERCATO, 20	IL GIOIELLO SAN LAZZARO DI SAVENA VIA EMILIA, 143	GIOIELLERIA CARLO MARSCIANI MODENA VIA L. C. FARINI, 33	GIOIELLERIA TORRICELLI LUCIANA MODENA CORSO CANALCHIAIO, 1
MONICA MARAZZI GIOIELLI CARPI CORSO ALBERTO PIO, 82	GIOIELLERIA TORLAI FORMIGINE (MO) VIA TRENTO TRIESTE, 80	GIOIELLERIA RONCHETTI NONANTOLA PIAZZA PARTIGIANI, 5	GIOIELLI DI VIA ROMA SPILAMBERTO VIA F. RONCATI, 13	GIOIELLERIA BERNARDI REGGIO EMILIA VIA EMILIA SANTO STEFANO, 2/A	IOTTI GIOIELLI SCANDIANO VIA VALLISNERI, 4/I
GIOIELLERIA RUFFINI VITTORIO CASTELNOVO NÈ MONTI VIA C. FRANCESCHINI, 2	GIOIELLERIA CERESINI 1863 PARMA VIA CAVOUR, 29	GIOIELLERIA ROSSI FLORINDO TRAVERSETOLO (PR) VIA MATTEOTTI, 7	GIOIELLERIA BENSON 51 PIACENZA CORSO VITTORIO EMANUELE II, 51	GIOIELLERIA CAMPOMINOSI PIACENZA VIA XX SETTEMBRE, 142	GIOIELLERIA PEZZOLA LUIGI FIORENZUOLA D'ARDA VIA T. ROSSI, 10
GIOIELLERIA COMANDINI CESENA (FC) CORSO GIUSEPPE MAZZINI, 5	PESARESI GIOIELLI CATTOLICA (FC) VIALE BOWIO, 42	GIOIELLERIA ANCARANI EASY RAVENNA VIA MATTEOTTI, 34	PREZIOSI SANGIORGI BIZZUNO DI LUGO VIA SENTIERO, 15		

WWW.MARIACLAUDIA.IT

L'INTERVISTA

Mauro Severi

Il presidente di Unindustria Reggio rilancia la sua visione di una macro area economica che uniformi normative e valorizzi asset per aumentarne la competitività



«Oltre i **confini** mediopadani»

Chi è

Mauro Severi, classe 1949, San Martino in Rio (Reggio Emilia), è architetto e amministratore di Nexion Corghi oltre che presidente di Unindustria Reggio Emilia, carica che ricopre dalla primavera 2014

di **Dino Collazzo**

«Le aziende e i territori devono crescere insieme e per farlo serve creare l'area vasta Emilia». Sono settimane che Mauro Severi, presidente di Unindustria Reggio Emilia, lo va ripetendo a tutto spiano. Tanto da aver convinto i suoi omonimi di Parma e Piacenza a siglare un protocollo d'intesa per chiedere al governo regionale di accelerarne i tempi di realizzazione. Per ora a rimanerne fuori Modena, che il numero uno degli industriali reggiani spera di sfilare dall'abbraccio di Bologna. Le due confindustrie, infatti, hanno avviato un percorso di fusione che coinvolgeva anche Reggio Emilia a cui però Severi all'ultimo aveva deciso di tirarsi indietro.

Presidente Severi perché tanta insistenza sulla costituzione dell'area vasta Emilia?

«Con la realizzazione dell'area vasta si consentirebbe a un territorio che va da Piacenza a Modena e che è simile per cultura ed economia di avere una sola governance. L'obiettivo non è solo risolvere problemi amministrativi, ma anche quelli legati al potenziamento delle infrastrutture e dei servizi in modo da rendere più competitive le nostre imprese. Oggi non si può ancora discutere della bretella autostradale Campogalliano Sassuolo o dell'autostrada regionale Cispadana. Non possiamo più permetterci ritardi dobbiamo lavorare velocemente e per farlo serve un ente con cui interagire».

Cioè?

«Un soggetto in grado di semplificare la burocrazia creando norme uguali per tutte le vecchie province e non più ognuno per proprio conto come negli antichi ducati. Ci sono aziende del reggiano, del modenese e della provincia di Parma che lavorano in settori simili ma che hanno a che fare con regolamenti differenti che spesso rallentano la loro capacità di decidere in fretta».

Se esistono delle regole, però, di sicuro servono per tutelare il lavoro nel suo insieme?

«Su questo non c'è dubbio. Infatti, non dico che vadano eliminate ma di renderle più semplici adattandole a un'economia che è cambiata. Mi spiego: se domani arriva una commessa l'azienda deve poter avviare subito una linea di

produzione. Oggi non è così. Perché per farlo a volte occorre chiedere autorizzazioni e controlli che impiegano mesi. Il risultato è il rischio di perdere la commessa e di conseguenza di ridurre il lavoro».

Modena, però, non sembra interessata a tutto ciò, tanto che a livello confindustriale è a un passo dalla fusione con Bologna. Non è che il suo è un tentativo per dire: «Ripensateci»?

«Il fatto che gli industriali di Modena si siano avvicinati a quelli di Bologna non è un problema. Noi abbiamo fatto una scelta di autonomia mentre loro hanno intrapreso un altro percorso. Ciò non toglie che noi continuiamo ad avere ottimi rapporti di collaborazione con loro».

In fondo però lei un po' ci spera in un ripensamento?

«Non si sa mai. Non hanno concluso l'iter che hanno intrapreso pur essendo già a buon punto. Vediamo cosa succederà».



I sistemi locali di Piacenza, Parma, Reggio Modena, Mantova e Cremona devono connettersi per definire degli obiettivi comuni. Così come la stazione Mediopadana a Reggio Emilia e l'aeroporto di Parma, e i loro atenei

Lei però non si accontenta e da tempo parla della «soggettività mediopadana». Di cosa si tratta?

«L'area mediopadana è un tentativo di superare i confini amministrativi dell'Emilia-Romagna e guardare alla vicina Lombardia. Il punto da cui sono partito è che se vogliamo competere a livello internazionale e migliorare la nostra efficienza come territorio dobbiamo incrementare lo scambio tra imprese e persone che vivono e lavorano a poca distanza».

In che senso?

«Si tratta di inventare un sistema che metta in connessione settori industriali diversi che operano sul territorio. Per farlo servono una buona rete d'infrastrutture e di servizi che ne

supportino lo sviluppo. Ad esempio: i sistemi locali di Piacenza, Parma, Reggio Modena, Mantova e Cremona devono connettersi tra loro per definire degli obiettivi comuni. La stazione Mediopadana a Reggio Emilia e l'aeroporto di Parma così come i poli universitari e quelli della ricerca devono diventare i nodi di una rete di competenze mediopadane. E per farlo occorre che ciascun attore, sia esso amministrativo, economico o sociale, inizi a considerare i propri vicini non come competitori ma come parte attiva del proprio futuro».

Intanto ha presentato un documento in otto punti per il rilancio delle imprese reggiane.

«Sì, perché la crisi qui ha colpito duro, soprattutto le piccole imprese. Ma da qualche tempo i segnali che mi arrivano sono positivi. Infatti, la produzione industriale ha registrato un aumento del 2,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tra i settori in crescita c'è il manifatturiero con un incremento dell'1,4%».

Un trend positivo di cui ha beneficiato anche lei con la sua azienda

«Certo. Quest'anno abbiamo chiuso il bilancio con un fatturato di 140 milioni di euro. Ma non bisogna abbassare la guardia. Oggi si naviga a vista e anche se un po' di ripresa inizia a dare i suoi frutti non ci si può sbilanciare troppo».

I dati comunque fanno ben sperare anche sul piano occupazionale.

«In parte sì. Abbiamo registrato un aumento di assunzioni del 3,5% e questo grazie anche agli sgravi contributivi concessi alle aziende con le misure introdotte dal Jobs Act. Ora però occorre fare un passo in più e serve puntare sull'innovazione in modo da competere alla pari con il resto del mondo. E per farlo serve coraggio e come associazione noi dobbiamo aiutare le nostre imprese».

Come pensa di farlo?

«Attraverso il miglioramento dei servizi per le aziende, l'internazionalizzazione, rinverdeno il rapporto con il mondo della scuola, puntando sulle start up e rendendo più visibile il ruolo dell'associazione attraverso un manifesto dei valori della cultura d'impresa. Aspetti che alla lunga contribuiranno a ridefinire l'identità e il ruolo del territorio».

Il personaggio

La storia

L'architetto della nuova Emilia festeggia i numeri dell'Alta velocità

L'amore per l'architettura, gli impegni come presidente di Unindustria Reggio Emilia e il ruolo di amministratore del gruppo Nexion Corghi. Mauro Severi da un anno scandisce le sue giornate tra un impegno istituzionale e la gestione della sua azienda che produce prodotti per l'equipaggiamento e assistenza dei veicoli. Eletto alla guida degli industriali reggiani nel 2014, Severi ha incentrato il suo mandato su due obiettivi: puntare sull'innovazione delle aziende e realizzare la «soggettività mediopadana», mettendo in rete le infrastrutture del territorio emiliano con quelle della vicina Lombardia. Un'idea che la settimana scorsa ha incassato il primo riscontro positivo con il convegno «Prossima fermata: domani» organizzato da Car Server spa. Il tema del dibattito è stato il ruolo centrale, per imprese e cittadini, della stazione Mediopadana dell'alta velocità di Reggio Emilia che serve oltre 2.500 utenti ogni giorno. In base a un'indagine realizzata da Nomisma su un campione di 700 intervistati il 77% risulta occupato e utilizza i treni per spostamenti di lavoro. Un dato che indica come questo snodo sia essenziale per l'economia del area e come Severi l'abbia vista lunga nel battersi per il potenziamento della stazione.

Nato a San Martino in Rio nel 1949, Mauro Severi è laureato in architettura. Una passione sbocciata quando, da ragazzo, frequentava la piccola azienda edile del padre e di cui oggi continua a occuparsi. Sposato e con una figlia, per anni ha svolto la professione di architetto nel suo studio. Nel 1989, dopo la morte della moglie, abbandona righelli, squadre e tavolo da disegno per dedicarsi al lavoro d'imprenditore entrando nel cda della Corghi s.p.a. della famiglia di lei. L'azienda di Correggio è stata la prima al mondo a ideare e brevettare lo smontagomme, un attrezzo presente in ogni officina meccanica e che permette di sostituire le gomme delle auto senza troppi sforzi. Nel 1990, sotto la sua guida, inizia la fase di espansione e internazionalizzazione con l'acquisizione di altre realtà imprenditoriali del settore. Nasce la holding Nexion Corghi che oggi conta 927 lavoratori. Dopo un periodo di difficoltà dovuto alla crisi economica e alla contrazione del mercato automobilistico, il gruppo ha ripreso quota chiudendo il bilancio del 2014 con un fatturato di circa 140 milioni di euro, di cui il 75% legato all'export. Il gruppo, oltre alla produzione, detiene una vasta rete per la distribuzione di attrezzature per il settore automotive coprendo quasi 150 paesi con filiali dirette in Spagna, Francia, Germania, Stati Uniti, Cina, Australia e Brasile.

D. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TERRITORI E CITTÀ

Catasto: persa la riforma, trova le superfici

Un palmo d'appartamento vale come in villa

In regione 303 milioni di metri quadrati di immobili. Con rendite squilibrate

La mancata riforma del catasto «è stata un'occasione perduta, l'Agenzia delle Entrate era pronta e aveva aggiornato le informazioni sul valore reale degli immobili che, a invarianza di gettito come prevede la legge, avrebbe permesso un riallineamento tra chi paga e chi non ha mai pagato». Meno di due mesi fa, davanti alla commissione di vigilanza sull'Anagrafe tributaria, il direttore dell'Agenzia delle Entrate, Rossella Orlandi, non ha nascosto il dissenso verso la decisione del governo di lasciar cadere, lo scorso giugno, la delega legislativa sulla riforma del catasto. Il presidente del Consiglio non lo disse, ma aveva già maturato l'idea di abolire, dal 2016, ogni imposta sulla prima casa, si chiami Imu o Tasi (salvo una piccola marcia indietro sulle cosiddette case di lusso, non esentate).

In Emilia-Romagna le prime case sono poco meno di 1,1 milioni di unità immobiliari su un patrimonio di 2,5 milioni di immobili ad uso residenziale, con una rendita complessiva di quasi 1,5 miliardi di euro (com-

presi 68.500 uffici). Lo scorso anno Imu e Tasi hanno prodotto un gettito di 2,4 miliardi di euro per tutti i tipi di immobili, inclusi quelli ad uso produttivo e commerciale; e intorno ai 9 miliardi di euro per quelli ad uso residenziale, 3,5 dei quali derivanti dalla somma di Imu (limitatamente agli immobili di lusso) e Tasi sulle prime case.

In Emilia-Romagna il gettito è stato di quasi 2,5 miliardi di euro, di cui 1 miliardo dagli immobili residenziali, inclusi 400 milioni dalle prime case (ma si tratta solo di una stima, valida come ordine di grandezza). La legge di stabilità 2016 taglia gran parte di quest'ultimo importo, a eccezione delle 5.332 abitazioni signorili, ville e castelli, che continueranno ad essere tassati. Ma valgono lo 0,2% del totale e non più dell'1% del gettito.

Per quanto invecchiate e affannosamente «corrette» con moltiplicatori crescenti nel tempo, sono tuttora le rendite catastali a fare da base imponibile degli immobili. E le rendite hanno ormai poca corrispondenza con la realtà. Il vero

Case e uffici

Rendita, consistenza e superficie degli immobili residenziali e ordinari

Abitazioni di tipo	Unità immobiliari urbane	Totale Rendita Catastale	Consistenza in vani	Superficie m ²
A1 Signorile	983	2.455.721	13.129,50	389.007
A2 Civile	767.037	483.555.217	4.536.094,00	92.687.223
A3 Economico	1.229.062	606.213.071	6.772.211,00	133.159.510
A4 Popolare	294.191	81.652.841	1.502.294,50	30.610.038
A5 Ultrapopolare	23.016	2.480.318	80.516,50	1.791.753
A6 Rurale	10.002	1.269.255	44.573,50	1.046.074
A7 Villini	175.988	162.795.109	1.394.835,50	32.438.790
A8 Abitazioni in ville	3.715	8.838.572	57.696,00	1.836.555
A9 Castelli, palazzi di pregio artistico-storico	634	1.420.520	7.422,50	225.972
A11 Abitazioni tipiche dei luoghi	44	7.070	294,50	6.167
Totale A1-A11 (escluso A10)	2.504.672	1.350.687.694	14.409.067,50	294.191.089
Immobili a destinazione ordinaria				
A10 Uffici e studi privati	68.480	121.179.564	354.344,00	8.757.397
Totale A1-A11 (incluso A10)	2.573.152	1.471.867.258	14.763.411,50	302.948.486

Fonte: Agenzia delle Entrate, Statistiche catastali 2014

centimetri

problema, tuttavia, non è neppure questo, perché se una rendita è inadeguata si può aumentare l'aliquota per arrivare al risultato considerato equo, o necessario. Il problema è lo squilibrio nelle rendite tra un immobile e l'altro, tra edifici vecchi e nuovi, immobili nei centri storici (normalmente sottovalutati) e immobili di periferia, che nel confronto risul-

tano ipervalutati.

L'ambizione della riforma catastale consisteva appunto nel riequilibrare tutte le rendite, inserendo gli immobili residenziali in un unico gruppo, con valori per unità di superficie (non più per vani) corretti in base al quartiere, alle dotazioni e alle finiture dell'abitazione. Così calcolate le nuove rendite, si sarebbe applicata

un'aliquota tale da determinare un gettito complessivo identico a quello attuale, diciamo il miliardo di euro prima del taglio 2016. Gli altri immobili, da quelli produttivi e commerciali agli edifici pubblici, sarebbero stati a loro volta accorpati in un'unica categoria ad «uso speciale».

L'Agenzia delle Entrate ha deciso di utilizzare almeno in parte il lavoro preparatorio: dal 9 novembre scorso ha reso visibili, oltre ai vani, anche le superfici di ben 57 milioni di immobili, quelli delle categorie A, B e C, cioè degli immobili cosiddetti ordinari (che includono, oltre a quelli residenziali, anche uffici, negozi, laboratori). Ed ecco che il patrimonio residenziale dell'Emilia-Romagna «trasforma» i 14,4 milioni di vani in oltre 294 milioni di metri quadri, che rappresentano in pratica la superficie commerciale, inclusi balconi e terrazzi. Con i quasi 9 milioni di metri quadri degli uffici, il totale della categoria A sfiora i 303 milioni di metri quadri.

Il passaggio alle superfici dimostra l'iniquità dell'attuale catasto: gli immobili residenziali di categoria A1 (appartamenti signorili), A8 (ville), A9 (castelli e palazzi storici) sviluppano una superficie di 2,45 milioni di metri quadri, lo 0,8% della superficie totale; la loro rendita catastale è di 12,7 milioni di euro, lo 0,9% del totale. In altre parole, un metro quadro di villa ha mediamente la stessa rendita di un metro quadro di un normale appartamento.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MARCO GERBELLA[®]

ORAFI

R A V E N N A



www.marcogerbella.it

foto daniela casadio/ra

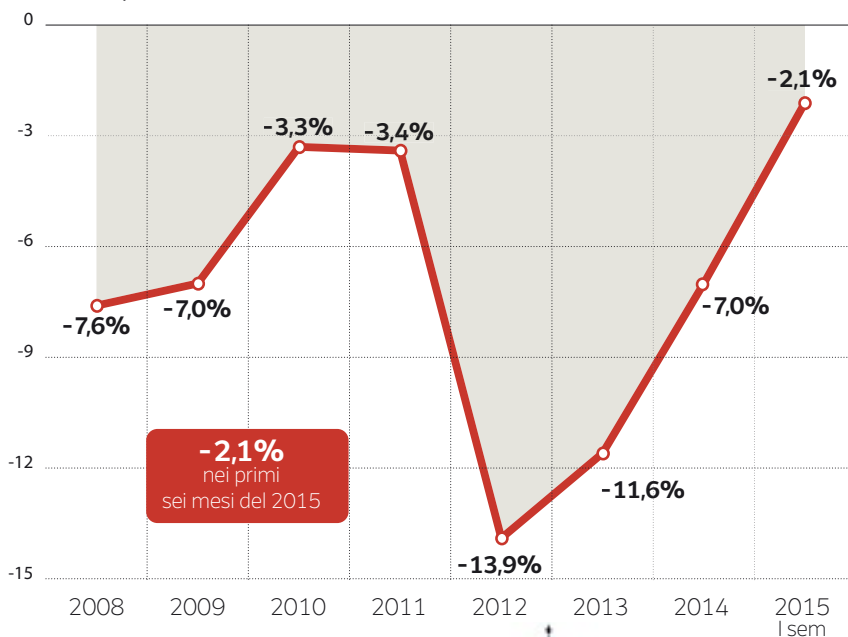
La collezione **Piccole Gioie** è disponibile presso

Blondi Modena - **Camparini** Reggio Emilia / Parma - **Cenciarini** Riccione - **Errani** Faenza - **Natale Fontana** Bologna
Fugazzi Piacenza - **Giacobazzi Gioielli** Bologna - **Gioielleria Il Tuo Gioiello** Montecchio Emilia
Gioielleria Pezzini dal 1954 - Bologna **Gioielleria RT** Cento - **Guardigli** Milano Marittima / Cesena
Marco Gerbella Ravenna - **Pesaresi** Cattolica - **Ronchetti** Nonantola - **Valenti** Monticelli Terme - **Zironi** Bologna

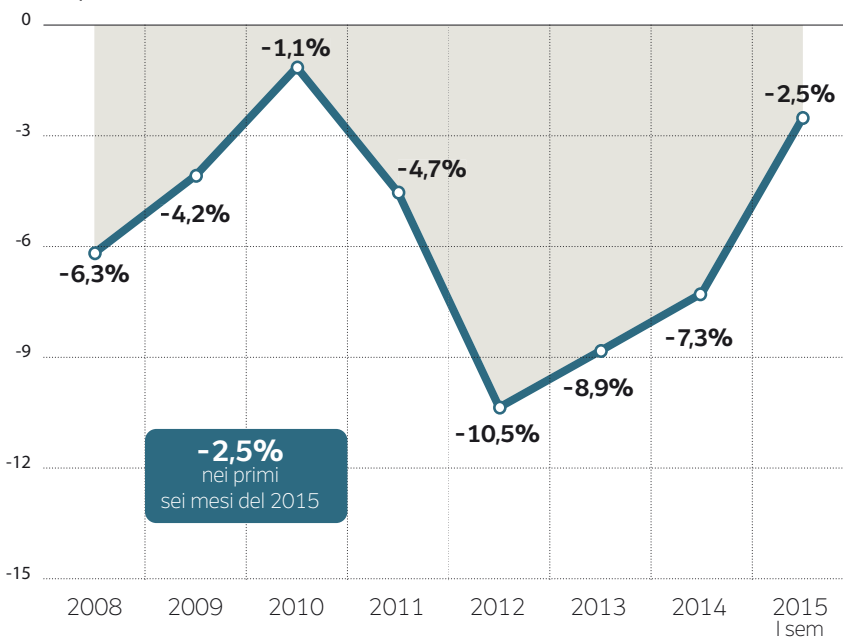
TERRITORI E CITTÀ

Il borsino della casa

BOLOGNA, VARIAZIONE PERCENTUALE DEI PREZZI

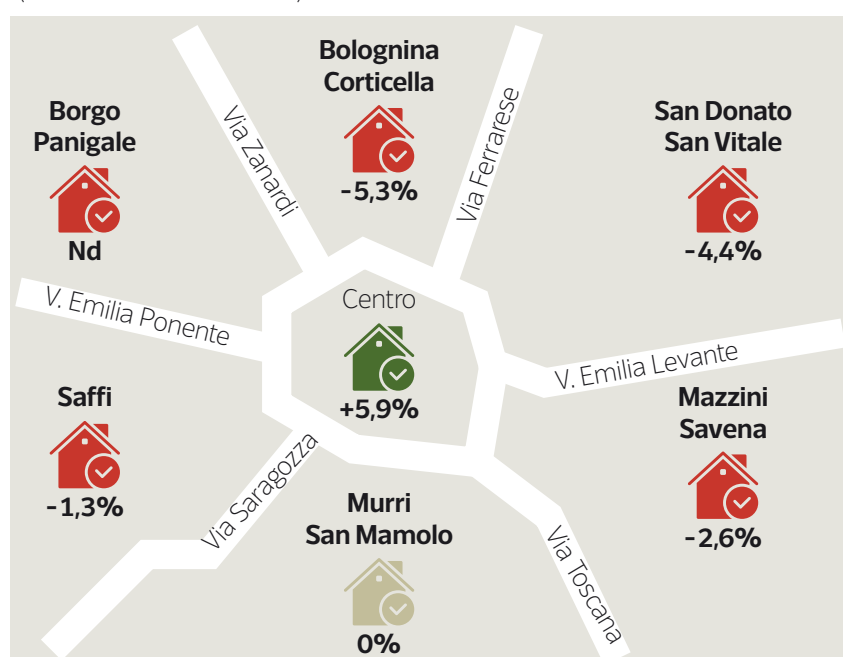


ITALIA, VARIAZIONE PERCENTUALE DEI PREZZI



BOLOGNA, VARIAZIONE PER MACROAREE

(I sem 2015 su II sem 2014)



Compravendite

I sem 2015
vs I sem 2014
Città Provincia
+1,7% **+10,8%**
Dati agenzia delle Entrate



Taglio più richiesto

3 locali 4 locali
+44,6% **+23,9%**



Importo medio mutuo

111.400



Prezzi

I sem 2015
vs I sem 2014
-2,1%



Durata del mutuo

28 anni



Mutuario tipo

età media 36,4

Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa

centimetri

Il mercato della compravendita d'immobili a Bologna inizia a vedere qualche tenue segnale di ripresa così come nel resto dell'Emilia-Romagna. Anche se occorrerà aspettare un altro anno e mezzo, secondo gli operatori del settore, per dirsi fuori dalla crisi che dal 2008 ha colpito il bene rifugio degli italiani.

Nei primi sei mesi del 2015 sotto le Due Torri si sono registrate 2.213 transazioni per l'acquisto di un'abitazione, pari all'1,7% in più rispetto allo stesso periodo del 2014, mentre in provincia si è toccato quota +10,8%, con 2.684 contratti di vendita stipulati. Secondo il report realizzato dell'ufficio studi del gruppo Tecnocasa, il mercato delle abitazioni di Bologna e hinterland ha evidenziato un calo dei prezzi pari al 2,1% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Se da un lato la riduzione del valore spinge famiglie e giovani coppie all'acquisto d'immobili, dall'altro i proprietari di casa che decidono di vendere si ritrovano a muoversi in un mercato deprezzato. Guardando più in dettaglio i dati ci si accorge che a riportare un dato positivo sono le sole abitazioni che si trovano nel centro del capoluogo emiliano dove si è registrato un rialzo del valore del +5,9%, mentre

Il compratore

Incentivi e sgravi fiscali alimentano qualche speranza; il trilocale la tipologia più gettonata

Casa, riparte il mercato a Bologna Ma solo a Reggio salgono i prezzi

Nell'hinterland bolognese più compravendite che in città, dove i valori risalgono a sorpresa nel centro storico (+5,9%). Mutui in aumento

Chi è



● Stefano Minghetti,
Area Manager
Tecnocasa

risultano ancora in calo le macro aree come Corticella (-5,3%), San Donato (-4,4%) e Saffi (-1,3%).

«Ciò a cui stiamo assistendo è la stabilizzazione del mercato immobiliare — dice Stefano Minghetti, responsabile di Tecnocasa Emilia-Romagna — Di sicuro non arriveremo ai livelli di vendita che si avevano in passato e per un altro anno registreremo ancora un -2% sul valore degli immobili. Per poi iniziare dare il via alla ripresa. E in questo un fattore importante lo giocheranno gli sgravi fiscali e le agevolazioni sul tema ristrutturazioni e riqualificazioni».

Dando uno sguardo al profilo del compratore medio e a quali sono le scelte preferite, il trilocale rappresenta la prima opzione per il 44,6% delle persone, a seguire il quattro locali con il 23,9%. L'analisi della disponibilità di spesa, invece, evidenzia che il 30,9% dei potenziali acquirenti rientra nella fascia compresa tra 120 e 169.000 euro, mentre il 27,6% si colloca in quella successiva tra 170 e 249.000 euro. Un'analisi, quest'ultima, che riguarda

tutto il territorio emiliano-romagnolo interessato dal calo del valore immobiliare da un lato ma da una vivacità nel comprare casa. L'Emilia-Romagna ha chiuso i primi sei mesi dell'anno con 17.686 contratti d'acquisto di immobili che rispetto ai 17.149 del primo semestre 2014 rappresentano un incremento del 3,1%. Infatti, allargando lo sguardo a livello regionale la prima cosa che salta all'occhio è il dato positivo registrato da Reggio Emilia sul tema della variazione dei prezzi dove si è avuto un +0,5%, segno che da quelle parti la casa torna a essere un buon investimento. A quota zero invece si attestano Forlì, Modena e Piacenza, rinviando al 2016 la possibilità di vedere, dopo an-

ni, il segno più. La maglia nera tocca invece a Parma dove si è avuto il ribasso più consistente attestatosi sul -6,5%.

Un altro aspetto da tenere in considerazione, nella lenta ripresa della compravendita immobiliare, lo sta giocando il mercato creditizio. Nel secondo trimestre 2015 le famiglie emiliano-romagnole hanno ricevuto finanziamenti per l'acquisto dell'abitazione per 829,2 milioni di euro, collocando la regione al quarto posto per totale erogato in Italia con un'incidenza del 8,11%. A livello provinciale ad aver acceso più mutui o avviato le pratiche per la surrogazione dello stesso, cioè la possibilità di trasferire a costo zero il proprio mutuo da una banca a un'altra che proponga condizioni migliori, c'è Bologna con un volume erogato per 250 milioni di euro. Seguono poi Modena con 119 e Parma con 82 milioni, ultima Ferrara con poco più di 40 milioni di euro che registra però una variazione, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, pari a +88,8%.



Minghetti

non arriveremo ai livelli del passato; per un altro anno ancora un -2% sul valore degli immobili



La novità

A Langhirano



Schermi touch e cloud per sveltire le pratiche urbanistiche

Langhirano digitalizza i servizi legati alla gestione del territorio, all'edilizia e all'urbanistica. Attraverso un sistema integrato hardware-software, i documenti storici e nuovi della composizione abitativa e paesaggistica di Langhirano sono diventati completamente digitalizzati e consultabili. Il risultato? Discussione collegiali in commissione più efficaci, maggiore trasparenza per i cittadini, pratiche autorizzative e documenti catastali espletati più velocemente, carta e tempo risparmiati. Merito di DraftTrade, il software inventato dalla startup trentina Practix che permette la manipolazione, tramite schermi multitouch, di tavole da disegno di qualsiasi dimensione e complessità. All'interno del Comune parmense, infatti, la sala riunioni dell'ufficio tecnico è stata riallestita con sei ultrabook touch e due schermi da 55 pollici. Sono attivati da computer su cui è installato appunto DraftTrade, che a sua volta accede anche a uno speciale servizio cloud in cui sono custoditi centinaia di file relativi agli immobili langhiranesi. In questo modo ogni membro della Commissione urbanistica trova sul proprio schermo in automatico tutta la pratica da trattare e ne naviga i dettagli grazie allo zoom.

La control room e il software inventati da Practix si innestano su una piattaforma chiamata Sit (sistema informativo territoriale), realizzata quindici anni fa e continuamente aggiornata. Un grande database che fotografa Langhirano nei suoi vari livelli tematici: idrogeologico, catastale, urbanistico, toponomastico, utile non solo per capire le mutazioni sociali, ma anche per una fiscalità più equa. Dettaglio non da poco all'alba della riforma del catasto innescata dal governo Renzi.

A introdurre questo cambiamento, costato 17.000 euro, sono stati il sindaco Giordano Bricoli e l'assessore all'Innovazione Anthony Monica. «In questo modo il Comune ha potuto digitalizzare l'intero processo decisionale senza dover avvalersi di carta stampata — ha illustrato Vittorio Ghirardi, il tecnico che ha curato il sistema digital per il Comune di Langhirano — Il progetto è doppiamente rivoluzionario perché abbate i costi e i tempi di gestione dei documenti cartacei legati ai progetti, solitamente molto voluminosi, e accentua il grado di trasparenza nei dibattiti e nel dialogo con la popolazione».

A. Rin.

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA



www.cnaversoilfuturo.it

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA



Trecento ragazzi e ragazze pronti a fare impresa

E' partito il progetto "Verso il Futuro" di Cna Bologna, Ecipar Bologna e Banca di Bologna che porta gli studenti delle superiori a scuola di impresa. Coinvolti dieci Istituti scolastici bolognesi, i corsi sono triennali e gratuiti

*I trecento studenti delle classi terze in aula e poi in azienda impareranno a costruire un business plan, a comunicare il proprio progetto, a conoscere il significato di project management
Alla fine dei tre anni tutti saranno pronti a simulare la loro impresa*

*E' il primo progetto di queste dimensioni e caratteristiche a livello italiano
E sabato sera gli aspiranti imprenditori di "Verso il Futuro" hanno fatto festa in discoteca*

Trecento ragazzi e ragazze che vogliono fare impresa e che nella loro scuola impareranno come si fa a creare un'azienda. Sono i trecento ragazzi delle classi terze di dieci istituti bolognesi che si sono iscritti ai corsi di "Verso il futuro", il progetto triennale realizzato e finanziato da Cna Bologna, Ecipar Bologna (la società di formazione di Cna) e Banca di Bologna, media partnership del Corriere di Bologna.

Sono stati ben 360 i candidati a "Verso il futuro", dalla successiva fase di selezione gli iscritti sono risultati trecento. Le scuole che hanno aderito sono: IIS Aldini Valeriani (Bologna), IIS Keynes (Castel Maggiore), IIS Mattei (San Lazzaro), ITC Manfredi Tanari (Bologna), ITC Rosa Luxemburg (Bologna), ISIS Archimede (San Giovanni in Persiceto), Liceo Arcangeli (Bologna), Liceo Copernico (Bologna), Liceo Minghetti (Bologna), ITCS Salvemini (Casalecchio di Reno). Dunque Istituti tecnici, professionali, licei scientifici e classici, perché tutte le scuole, è la filosofia del progetto, possono portare la cultura d'impresa tra i loro studenti.

Si tratta di un'esperienza inedita, la prima di queste dimensioni e caratteristiche a livello nazionale. Il progetto ha avuto lo scorso anno un avvio sperimentale alle Aldini Valeriani ribattezzato "Move your future", un laboratorio di orientamento e scoperta dell'imprenditorialità e della cultura d'impresa. I presupposti del progetto sono una crescente attenzione tra i giovani verso il mondo dell'impresa, ma anche la considerazione che il mercato del lavoro oggi è sempre meno in grado di assorbire dipendenti, dunque l'imprenditorialità può essere un'ulteriore e valida opportunità per un giovane che esce dai banchi della scuola.

Il progetto di formazione, completamente gratuito per gli studenti e per gli Istituti, ha una durata triennale ed è strutturato con 80 ore annue in aula durante l'anno scolastico (un incontro a settimana da ottobre a maggio) e 80 ore annue di tirocini durante il pe-



L'incontro con i ragazzi di Verso il Futuro

riodo estivo. I docenti di "Verso il futuro" sono consulenti aziendali con esperienza come formatori e imprenditori del territorio. Il programma formativo comprende testimonianze di giovani imprenditori del territorio, lezioni sui modelli di organizzazione aziendale, orientamento al mercato, basi di gestione economico-finanziaria. Gli allievi impareranno poi a costruire un business plan, a comunicare il proprio progetto, a conoscere il significato di project management. Alla fine dei tre anni tutti saranno pronti a simulare la loro impresa.

Per promuovere "Verso il Futuro" sono stati organizzati degli incontri presso le scuole con gli studenti e le famiglie. A questi incontri i rappresentanti della Cna, di Ecipar Bologna e di Banca di Bologna hanno illustrato le caratteristiche del percorso e le motivazioni che hanno spinto a promuoverlo. Gli incontri sono stati molto partecipati e il progetto ha riscosso grande interesse anche fra i genitori e i docenti. I ragazzi si sono dimostrati molto motivati e qualcuno ha già mostrato di avere un'idea d'impresa che vorrebbe mettere a punto in questi anni di "Verso il Futuro". Molto interessante è risultato l'orientamento ai mercati esteri di queste giovani idee imprenditoriali.

Dopo l'anno di lezioni in aula, che sono iniziate in questi giorni, saranno alcune centinaia di aziende del territorio quelle che verranno coinvolte dagli stage estivi in cui i ragazzi potranno mettere in pratica le capacità di analisi aziendale acquisite durante il primo anno di lezioni. Nelle prime ore di lezioni che si sono tenute nei dieci istituti bolognesi, gli studenti hanno già incontrato consulenti aziendali che hanno illustrato il contesto economico e sociale nel quale sono inseriti e quali opportunità si aprono per l'auto-imprenditorialità.

I prossimi anni saranno sempre più coinvolgenti per gli studenti: dopo il primo stage, le ore di aula li vedranno concentrati su argomenti centrali per un aspirante imprenditore, come il marketing strategico e i modelli di business.



Radio Immaginaria all'incontro Verso il Futuro

L'avvio di "Verso il Futuro" vuole essere anche una festa per i trecento studenti aspiranti imprenditori. Martedì scorso a Palazzo De' Toschi, acquistato e ristrutturato dalla Banca di Bologna, si è parlato di "fare impresa" con ospiti eccellenti quali **Silvia Vianello**, docente e consulente strategico in marketing digitale, innovazione ed ecosostenibilità, phd in Economia, recentemente definita come una delle donne più esperte nel digital in Italia. L'ex bomber del Bologna ed attuale Club Manager della società **Marco Di Vaio** che ha inviato un videomessaggio di augurio ai ragazzi del corso. Sono intervenuti giovani che l'impresa l'hanno già costituita come **Christian Sarcuni**, **Carolina Wyser** ed **Ivan Olgiati**. Il tutto animato dai ragazzi di **Radio Immaginaria**, l'unica radio di adolescenti in Italia.

E poi festa in discoteca. Sabato scorso **al-Hobby One di via Mascarella 2/a** gli studenti di "Verso il Futuro" hanno festeggiato l'inizio del percorso di formazione triennale con una serata di musica e ballo a loro riservata.

"Verso il futuro" - spiega **Cinzia Barbieri, Segretario Cna Bologna** - è una delle iniziative su cui Cna ha speso più energia perché guarda ai giovani e, appunto, al futuro. Non solo al futuro della nostra economia, ma al futuro di tutta la comunità bolognese. Con questa iniziativa vogliamo offrire agli studenti delle scuole superiori la possibilità di acquisire una mentalità imprenditoriale e gli strumenti fondamentali di management per poter approcciare con intraprendenza l'ingresso nel mercato del lavoro. In questo modo i ragazzi aumenteranno la loro consapevolezza di cosa significa gestire un'azienda e saranno in grado di leggere il mercato.

"Lo spirito di attenzione per i giovani e la loro entrata nel mondo del lavoro - dichiara **Enzo Mengoli, Direttore Generale Banca di Bologna** - ci ha spinto a lanciare insieme a Cna Bologna il proget-

to "Verso il Futuro", che coinvolge istituti scolastici superiori del bolognese, andando a costituire un contributo allo sviluppo economico e alla crescita delle giovani generazioni sul nostro territorio. Banca di Bologna vuole essere vicina ai ragazzi soprattutto durante il percorso di formazione, con il preciso obiettivo di orientarli al mondo dell'autoimprenditorialità e della conoscenza degli strumenti che la rendono possibile. Il progetto prevede oltre ad una preparazione teorica anche periodi di stage e una sperimentazione di azioni imprenditoriali che riguardano anche il mondo del credito. In questo contesto Banca di Bologna metterà in campo azioni dirette, col coinvolgimento dei propri uomini, esperti consulenti, al fine di trasferire ai ragazzi nozioni semplici, chiare e concrete per costruire - oltre alle competenze imprenditoriali - anche una più specifica preparazione economico pratica, finalizzata all'elaborazione e predisposizione di veri e propri progetti d'impresa e piani di business".



Enzo Mengoli Direttore Generale Banca di Bologna

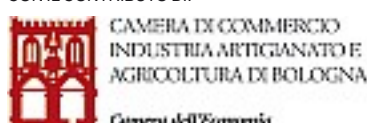


Cinzia Barbieri Segretario Cna Bologna

IN COLLABORAZIONE CON:



CON IL CONTRIBUTO DI:



MEDIA PARTNER



INNOVATORI

Uno sguardo di precisione È la misurazione **ottica** di Vici & C.

L'azienda riminese è la seconda produttrice al mondo. Guarda a Apple e alla Silicon Valley

di **Andrea Rinaldi**

C'è chi va orgoglioso dello stesso prodotto realizzato per anni e anni con sapere artigianale. E chi riesce a passare da un segmento all'altro del mercato cogliendo come opportunità i nuovi bisogni che il futuro impone. Questo è il caso della Vici & C. di Rimini, una ditta a fiera conduzione familiare che quasi 40 anni fa cominciò con l'assemblaggio di schede elettroniche per conto terzi e oggi, oltre a sviluppare quadri di comando per colossi come Gd e Tetrapak, è diventata la seconda azienda nel mondo per numero di macchine che effettuano la misurazione ottica di precisione per componenti di forma cilindrica torniti e rettificati. Cioè un ventaglio che comprende microviteria per implantologia dentale e orologeria di precisione, ma anche alberi a camme e a gomito.

Tra i clienti di questo brand, che va sotto il nome di Vici Vision, firme quali Fiat, Rolex, Siemens, GeWis gruppe, Mahle, Synthes, ThyssenKrupp, Mercedes, Swatch e Hyundai. Un primato che può solo inorgoglire chi parla di filiere e Made in Italy.

Vici & C. si trova a due passi dal centro di Santarcangelo e qui è nata nel lontano 1977. La fondò Nevio Vici con la moglie e il fratello. Oggi Nevio ha tenuto per sé la carica di presidente non operativo. A guidare l'impresa sulla poltrona di amministratore delegato ci sono i due figli Luca, 45 anni, che si occupa di marketing e Marco, 40 anni, ingegnere. Una filiale in Germania per la vendita e l'assistenza, cento dipendenti che affollano lo stabilimento di 2.500 metri quadri e uno nuovo di altri mille in procinto di inaugurare a fine anno.

«Sì, siamo in espansione», conferma Vici senior e i conti lo dimostrano: dai 25 milioni di ricavi del 2009, in piena tempesta finanziaria, il gruppo riminese li ha portati oggi a 45. «E abbiamo sempre assunto», ribadisce: i dipendenti infatti sono saliti a 100. Eppure l'export pesa solo per il 25% nel giro d'affari. «I quadri di comando nascono da momenti di sinergia con i committenti, che sono per lo più costruttori di macchine automatiche, si può andare dal packaging alla lavorazione per il legno, alle macchine per la carta a quelle per le lavorazioni meccaniche – spiega Luca Vici – Vici Vision invece è un brand creato nel 2001 e il suo sviluppo dipenderà direttamente dalle nostre capacità».

Il marchio è nato per uscire dalla sola logica della subfornitura e guadagnare con qualcosa di nuovo una posizione nel mercato delle misura-



Luca Vici
La misura purtroppo oggi è ancora percepita come un costo accessorio alla produzione, è un tabù che va sfatato

zione, in cui i competitor tedeschi, svizzeri e giapponesi sono inflessibili. Vici Vision è nato in maniera «più intelligente, più legata al cliente e meno costosa». «La misura purtroppo oggi è ancora percepita come un costo accessorio alla produzione – ricorda l'ad – Come sfatiamo allora questo tabù? Le nostre macchine ottiche devono essere considerate macchine d'uso. Al cliente vendiamo apparecchi che aiutano a tenere sotto controllo il processo produttivo e a intervenire subito per evitare di buttare via a fine giornata un'intera partita di componenti



Accuratezza
Nella foto grande a sinistra la costruzione di una macchina per la lettura ottica. Sotto la macchina al lavoro. A destra il sistema Metrios in esposizione

sbagliata per pochissimi micron». La tecnologia ottica infatti è più flessibile ed elimina i tempi di setup dei classici strumenti meccanici a tastaggio. In pochi secondi le macchine di Vici Vision eseguono tutte le misure statiche e dinamiche usando l'immagine reale del pezzo. Le vendite in questo settore sono in crescita costante: le 40 del 2011 sono raddoppiate nel 2012, triplicate nel 2013 e poi aumentate ancora a 150 nel 2014, mentre la stima per il 2015 è di 220 unità.

Il prossimo passo di Vici & C., che già produce 6-7 macchine a settimana in stanze a temperatura controllata di 20 gradi, è una macchina per la misurazione di elementi piani. «Stiamo realizzando un apparecchio per misurare i vetri e la parte esterna degli iPhone, una preserie che verrà testata da Apple così da essere introdotti come fornitore certificato nel mondo della Mela in Cina».

Il passo ancora più ambizioso invece sarà compiuto nel 2016 e riguarderà l'R&D. «L'anno prossimo proveremo ad allacciare qualche rapporto con università e spinoff non solo di Bologna – anticipa Vici – la nostra volontà è esplorare mondi a noi ignoti. Quello che facciamo deriva da una storia e da un know how preciso che cerchiamo di implementare». Le collaborazioni potrebbero concretizzarsi in progetti ad hoc da commissionare e poi trasformare in business o tecnologie spendibili quotidianamente. «Siamo pronti a guardare sul terreno domestico, anche se sappiamo bene che il bacino più prolifico per fare queste attività è la Silicon Valley. Stiamo cercando di attivare dei canali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

45

Milioni

È il giro d'affari della Vici & C. realizzato quest'anno. Nel 2009 era di 25 milioni

Prove di «**Fattoria 4.0**» a Reggio Emilia con il chip di iCalve101

Applicato sulla coda delle mucche consente di capire quando è il momento di mungere o farle partorire

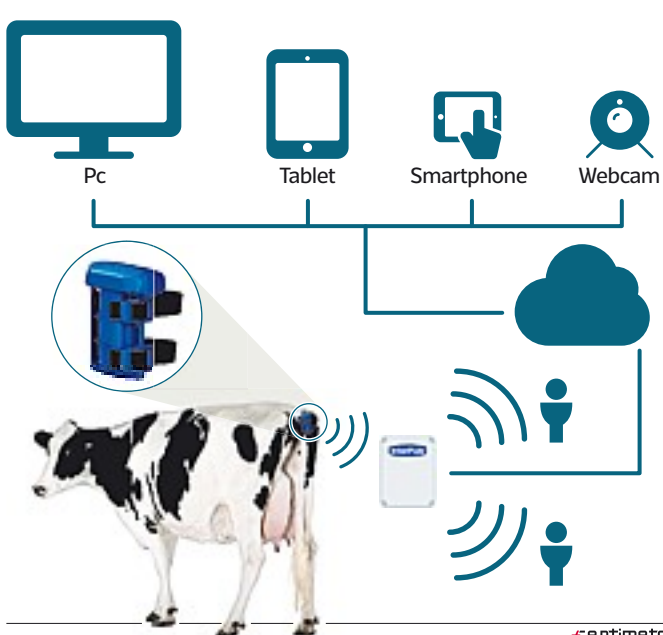
Il cellulare squilla e dall'altro capo c'è una mucca che 'avvisa' l'allevatore dell'imminente nascita di un vitello. Il tutto grazie a iCalve101, un piccolo apparecchio appeso alla coda dell'animale che tramite un sensore elettronico consente di monitorare a distanza i parti nelle aziende zootecniche. L'idea è stata sviluppata dalla InterPuls, un'azienda di Albinea che dal 1974 produce strumenti per la mungitura e dispositivi per il controllo dei bovini e di analisi della produzione di latte.

Con un fatturato da 14 milioni di euro l'anno, 30 brevetti registrati e 85 dipendenti, la InterPuls è un esempio d'innovazione nel panorama imprenditoriale reggiano. Tanto da far gola al gruppo inglese Avon Rubber, specializzato nei settori della protezione e dife-

sa e in quello dei latticini, che l'ha acquisita lo scorso agosto poco prima del lancio dell'ultima invenzione.

Lo scopo dell'apparecchio iCalve101 è di riuscire a ottimizzare i tempi di lavoro di chi si occupa dell'allevamento. Il sistema che analizza le informazioni permette di segnalare l'evento, tramite una chiamata o un sms, fino a trenta minuti prima. In più grazie a un'applicazione per smartphone e tablet è possibile controllare, da remoto, la sala parto in tempo reale attraverso una piccola webcam. È la stalla 4.0 in cui l'utilizzo di tecnologia «user-friendly» permette di ridurre le attese del personale che vi lavora e potersi così dedicare ad altre attività. Un risparmio che in termini economici si traduce in una più attenta gestione

Come funziona



dei costi e una massimizzazione dei profitti, in quanto riduce i rischi per l'animale di compromettere la sua rendita di latte.

«Il parto è un momento delicato nell'allevamento – spiega Gabriele Nicolini, direttore generale di InterPuls – e qualsiasi complicazione può portare a ripercussioni negative sia sul benessere degli animali che sul profitto dell'azienda. Con questo dispositivo l'allevatore, il veterinario e gli altri

operatori possono intervenire in modo mirato e solo se necessario, ottimizzando così tempi e costi».

L'allevatore, qualche giorno prima del parto, posiziona l'apparecchio sulla coda dell'animale. In base all'inclinazione di quest'ultima il sensore emette un segnale che viene captato da una centralina installata nella stalla. Il software lo analizza e stabilisce se far partire o meno la chiamata sul cellulare dell'allevatore o del veterinario. «Ogni centralina è in grado di gestire contemporaneamente fino a 32 animali – conclude Nicolini –. In più conserva le informazioni raccolte in un archivio cloud, in modo da poter essere consultato anche in un secondo momento».

Dino Collazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SCENARI

Abbigliamento, Reggio sfonda all'estero

È la provincia che esporta di più (32,2%). Reverberi (Unindustria): «Il prodotto di qualità non basta più, serve il brand». E con la sua Hadam lancia il «cashmere emiliano»

È stato un anno travagliato per chi sostiene il proprio business vendendo all'estero. In particolare per il sistema tessile-moda-abbigliamento. Lo shock agostano della Borsa cinese, l'embargo russo, l'annuncio e poi il rinvio dei tassi Usa... eppure sulla via Emilia c'è chi festeggia. È Reggio Emilia, culla di big blasonati come Max Mara e Marina Rinaldi, che nei primi nove mesi del 2015 non ha conosciuto frenate, anzi il suo export di tops, filati, tessuti, maglieria e vestiti ha raggiunto la bellezza di 681,8 milioni di euro, una fetta che equivale al 32,2% dell'intera torta regionale (quasi un terzo del totale). A riferirlo è l'ultima indagine campionaria realizzata da Sistema Moda Italia per Pitti Immagine.

Secondo il report, a tallonare la prima in classifica nelle esportazioni ci sono Bologna con il 18,7% e Modena con il 16,4%. Reggio Emilia, inoltre, ha evidenziato un aumento nel campo abbigliamento del 7,2% rispetto al 2014, mentre risulta pressoché stabile per quanto riguarda il Tessile (+0,1%). Bologna, pur arrivando seconda, flette nel Tessile (-3,3%), ma non nell'Abbigliamento (+8,3%), dove fa addirittura meglio della capolista. Risultano interessate da una dinamica



Reverberi
Fatichiamo a trovare aggregazioni, siamo frammentati, ogni azienda fa una politica a sé, ecco il vero problema delle pmi italiane

positiva anche le vendite estere della provincia di Ravenna (+8,3%), ma in tal caso sostenute dal Tessile (+14,6%). Tutte le altre province assistono, viceversa, a contrazioni dell'export, pur di intensità variabile, comprese tra un -0,6% (Modena, pur essendo terza) e un -16,7% (Piacenza). Nel complesso, secondo Sistema Moda Italia, il primo semestre 2015, sulla base dei dati Istat a oggi disponibili, le vendite oltreconfine dell'Emilia-Romagna hanno superato i 2 miliardi di euro, in lieve contrazione rispetto al medesimo periodo del 2014 (-0,8%); l'export del solo abbigliamento ammonta a 1.842 milioni di euro circa (pari, quindi all'86,9% del totale), in calo del -1,2% rispetto ai primi sei mesi del 2014. Un volume d'affari generato da 4.670 aziende che da Piacenza al mare rappresentano il 10% del manifatturiero regionale.

«Nel tessile non esistono politiche di aggregazioni, siamo frammentati, ogni azienda fa una politica a sé», questo è il grande problema delle pmi secondo Gionata Reverberi, referente del settore Abbigliamento per Unindustria Reggio Emilia, nonché ad del Brand Kangra, oltre 11,5 milioni di fatturato, 29 dipendenti, tra le punte di dia-

Le vendite all'estero

Analisi per provincia-primo semestre 2013-2015
valori in milioni di €

TOTALE TA					
PROVINCE	2013	2014	2015	Var.% 15/14	Quota provinciale su tot regionale - 2015
Bologna	347,0	368,3	395,8	▲ 7,5	18,7
Ferrara	12,1	10,6	8,8	▼ -16,5	0,4
Forlì-Cesena	55,2	47,4	42,9	▼ -9,4	2,0
Modena	372,5	350,3	348,1	▼ -0,6	16,4
Parma	75,5	78,4	73,6	▼ -6,2	3,5
Piacenza	231,3	303,4	252,7	▼ -16,7	11,9
Ravenna	39,2	44,2	47,9	▲ 8,3	2,3
Reggio Emilia	613,4	640,5	681,8	▲ 6,4	32,2
Rimini	290,0	294,7	268,7	▼ -8,8	12,7
Regione Emilia Romagna	2.036,3	2.137,8	2.120,3	-0,8	100,0

Fonte: SMI su dati ISTAT-Coeweb AV

centimetri

mante del cashmere italiano. «I nostri mercati esteri di riferimento Russia e Far est dopo un rallentamento per la crisi del petrolio e dell'Ucraina, sono di nuovo in crescita — continua il "Cucinelli emiliano" — ma necessitano di importanti investimenti di brand marketing, facili per realtà che hanno alle spalle fondi di sviluppo privati». E da queste considerazione nasce per Reverberi la necessità per le pmi di trovare forme di aggregazione

che permettano di rilanciare l'export: «In Paesi come la Russia, dove l'abbigliamento è un modo per ostentare benessere, non funziona solo il prodotto di qualità, ma devi essere riconosciuto come brand. In Italia stiamo assistendo a un ritorno alla ricerca di un prodotto di qualità, un mercato consapevole come il nostro, non si sofferma più solo sul logo».

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La novità

Da Final nasce L-Lab

Final cresce con il nuovo polo produttivo L-Lab. Il gruppo presieduto da Luisa Angelini — e che controlla i marchi Alviero Martini 1ª classe, L'ed emotion design e Siamoises — ha dato vita alla nuova società dedicata alla produzione e alla commercializzazione di abbigliamento. Obiettivo è quello di diventare un nuovo punto di riferimento in un panorama fashion che negli ultimi anni ha visto progressivamente ridursi il numero di licenziatari apparel italiani. Primo brand a entrare in portafoglio sarà Alviero Martini 1ª classe, con una strategia di rivitalizzazione della collezione di abbigliamento dall'autunno-inverno 2016/17. A guidare la nuova realtà sarà Luca Bertolini, ex amministratore delegato di Bvm. Luisa Angelini è figlia dell'industriale della farmaceutica Angelini e ha fondato il gruppo Final nel '96.

Francesca Candioli
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Plus



L'incanto e la Magia del Natale

AL GRAND HOTEL MAJESTIC "GIÀ BAGLIONI"

Emozioni da vivere
avvolti dalla magia dell'evento più speciale dell'anno
con proposte per speciali percorsi gastronomici
appositamente creati dall'executive chef Claudio Sordi
per un indimenticabile scambio di auguri.



Per tutto il mese di dicembre,
Delizie e dolcezze natalizie per tutti i gusti.
Cocktail degli Auguri al Caffè Marinetti
Pranzo e cena degli auguri al ristorante "I Carracci".



A disposizione anche gli eleganti spazi dell'Hotel
Piano nobile foyer – Enoteca Morandi
Sala '800 e '900 – Suites Esclusive



GRAND HOTEL MAJESTIC
GIÀ BAGLIONI

BOLOGNA
★★★★★

THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD

SCENARI

«Basta un **dubbio** per mettere nei guai tutta l'azienda»

Andrea Barchiesi con la sua società aiuta gli imprenditori a tutelare la fama dei loro marchi online

Dal controllo dei social network alla gestione di tutti i contenuti pubblicati sul web anche degli stessi dipendenti. Quando all'estero si cominciavano a vedere i primi approcci a quello che stava diventando un problema costante per le imprese, Andrea Barchiesi decise di seguire l'esempio degli illuminati manager d'oltreoconfine.

Lui è un ingegnere elettronico, laureato ad Ancona, e dal 2014 è diventato consulente digitale del Ministero della Salute. Undici anni fa ha fondato a Milano «Reputation Manager»: una società — composta da una trentina di dipendenti, tra comunicatori, ingegneri, legali e addetti al marketing — che cura l'immagine online dei brand di diverse aziende locali, e non solo. Secondo i dati diffusi dalla stessa realtà milanese circa il 46% dei loro clienti emiliano-romagnoli opera nel food & beverage, il 18% nella moda, il 13% nell'energia, il 9% nelle banche, il 7% nell'arredo e nella grande distribuzione organizzata.

Barchiesi, in che cosa consiste la vostra attività?

«Ci occupiamo della "nomea" di un'azienda in termini digitali. Per prima cosa quando un'impresa ci contatta ana-

lizziamo tutto ciò che è stato pubblicato online sul conto del nostro cliente: dai video, ai blog, alle immagini collegate al marchio in questione, ai social network (Twitter, Facebook, LinkedIn). Poi, dopo un'attenta analisi dell'identità digitale del brand, evidenziamo tutti gli aspetti critici ed interveniamo per riequilibrare la sua immagine chiedendo la rimozione di contenuti falsi oppure aggiungendone degli altri, tutti veri. Consapevoli che ogni cosa che viene scritta su internet, viene consegnata alla storia».

Come intervenite sui contenuti online che secondo voi andrebbero eliminati o modificati?

«Noi non facciamo ricerche di mercato, ma ascoltiamo tutto ciò che viene detto. Se ad esempio dobbiamo intervenire in un blog, contattiamo l'autore e cerchiamo una mediazione. Tutto questo dopo



Riequilibrano la realtà online per evitare che un'immagine diversa del cliente persista e influenzi i consumatori



aver tracciato i profili psicologici di chi commenta o scrive attivamente su di un marchio. Il danno al brand può partire anche dalla critica di un servizio o di un prodotto marginale, ma basta poco per creare un alone di dubbio nel consumatore e mettere nei guai tutta l'azienda».

Tra i vostri clienti ci sono anche emiliano-romagnoli, che cosa vi chiedono?

«Sempre più realtà si rivolgono a noi perché sta aumen-

tando l'interesse verso quello che è stato definito come "rischio reputazionale", che noi ogni volta calcoliamo e poi mitigiamo. Così le aziende, indipendentemente dal settore, ci affidano la loro immagine sia che commercino mazzarelle che auto. Vista anche l'estrema polarizzazione negativa da cui internet è caratterizzata».

In che senso?

«Ormai, anche se non si conosce un brand, attraverso i

Risolutore

Andrea Barchiesi, undici anni fa ha fondato a Milano la società «Reputation Manager», è autore del libro Web intelligence e psicolinguistica (Franco Angeli)

motori di ricerca si riesce ad averne un minimo spaccato che l'utente molto spesso prende per vero, e così il danno reputazionale assume sempre più una concretezza fisica. Ogni commento negativo risalta sempre di più rispetto ad un post positivo. E quindi interveniamo, cercando riequilibrare la realtà online per evitare che un'immagine diversa del cliente persista ed influenzi i consumatori».

In quali altri modi intervenite per tutelare un'impresa?

«Lavoriamo un po' in tutti i suoi settori. Offriamo, anche se è poco richiesto, un servizio di controllo delle attività pubbliche dei dipendenti, qualora queste influenzino negativamente la nomea di un'impresa. Teniamo, inoltre, monitorati i social network, anche se qui il livello di persistenza è molto basso, ossia ciò che si pubblica tende a scomparire in fretta. Ci occupiamo infine anche di altri temi come la violazione o la contraffazione dei marchi attraverso una serie di interventi di ingegneria reputazionale. Siamo gli unici ad offrire in questo modo questa serie di servizi, ma d'altronde in Italia si è iniziato a parlare di questi temi solo a partire dal 2010».

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Acqua & Vino
RISTORANTE
cucina tipica romagnola
SPECIALITA' PESCE
tutti i giorni gustosi menù

**TUTTE
LE SERE
LA PIZZA
ANCHE AL METRO**



menù di pesce

a partire da

20€

specialità
**Spaghetti e
Tagliolini
allo scoglio**



Ravenna - Via Reale, 63 | Tel. 0544.520046

SS 16 -Frazione Camerlona

Aperto tutti i giorni - chiuso solo il Martedì sera | per comitive è gradita la prenotazione



FOOD VALLEY

L'oro nero d'Emilia alla prova delle botti

Da gennaio le quote per l'imbottigliamento del balsamico Dop. Quanto vale il comparto, Igp compreso

Chi è



Federico Desimoni, direttore del Consorzio Tutela aceto balsamico Igp di Modena



Andrea Bezzecchi, presidente consorzio Aceto balsamico Dop Reggio Emilia

Mesi di fermento per il mondo dell'aceto balsamico, e non per il mosto. Una settimana fa la rivolta di alcuni produttori di aceto balsamico tradizionale contro i nuovi protocolli di settore che, dall'1 gennaio prossimo, prevederebbero quote prefissate sulle quantità di prodotto imbottigliabili. L'obiettivo è quello di evitare le scorribande sul mercato di disinvoltate acetarie «casalinghe», riqualificando tutta la filiera ed evitando le chiacchierate sovrapproduzioni. E sempre una settimana fa continuava a tenere banco la «sentenza storica» di settembre che dalla Germania ha vietato categoricamente l'utilizzo del termine «balsamico» accanto a prodotti agroalimentari, che non siano l'aceto balsamico di Modena Dop e Igp.

La contraffazione, infatti, è uno dei talloni di Achille nella produzione dell'oro nero: «È stata una rivoluzione copernicana — spiega **Federico Desimoni**, del Consorzio di Tutela Igp — perché l'interpretazione dei giudici tedeschi chiarisce in modo esaustivo i contenuti delle norme vigenti fornendo principi giuridici applicabili a tutte le situazioni similari. Fino a ieri, interpretazioni errate e fuorvianti sostenevano che fos-

I numeri

	Igp Modena	Dop Reggio Emilia	Dop Modena
Produttori	72	64	200
Operatori	250	100	
Volume imbottigliato	76.200.000 litri	1.500-2.000 litri	8.000 litri (80.000 bottigliette da 100 ml)
Volume totale	97.400.000 litri		
Fatturato (in euro)	700.000.000	5-7.000.000	5-7.000.000
Export	92%	70%	50%



centimetri

se possibile utilizzare liberamente il termine «balsamico», creando una gran confusione». Dopotutto l'Aceto Balsamico di Modena, Igp o Dop, è ottenuto da un procedimento preciso e con precisi vincoli territoriali.

I Consorzi sono tre: uno a Reggio Emilia e uno a Modena per l'aceto balsamico tradizionale Dop (aceto di solo mosto d'uva cotto, invecchiato 12 o 25 anni) e uno a Modena per l'aceto balsamico Igp (aceto di vino con aggiunta di mosto cotto con maturazione di 60 giorni). Il settore del balsamico di Modena Igp ha chiuso il 2014 con un fatturato di 700 milioni di euro. Tutto il comparto crea oc-

cupazione per quasi un migliaio di persone: 250 operatori, 600 addetti al settore, 300 impiegati. Sono 5.000 le autorizzazioni concesse dal Consorzio per i prodotti composti che utilizzano l'aceto balsamico Igp, come i tortellini o le patatine, per esempio. L'anno scorso le 72 acetarie del Consorzio Igp hanno prodotto più o meno 97 milioni di litri di aceto balsamico. Oltre il 90% di quello che è prodotto in Italia viene esportato all'estero, in più di 120 Paesi.

Sono diversi, invece, i numeri dell'aceto balsamico Tradizionale Dop, ma perché è doveroso spiegare che altrettanto differente è il prodotto e per

questo occorre uscire dalle «metriche» utilizzate solitamente per le altre produzioni. «Bisognerebbe parlare di valore intrinseco, culturale, storico finanche simbolico — racconta **Andrea Bezzecchi**, presidente del Consorzio Tutela Dop di Reggio Emilia — Era un prodotto ad appannaggio di pochissimi nobili, centinaia di anni fa, che potevano permettersi una produzione così «antieconomica». Nel Dopoguerra si è diffuso maggiormente ma rimane ancora una produzione che viene avviata per passione e per tradizione».

Cambia la composizione tra il tradizionale e l'Igp ma varia

anche l'invecchiamento: per il Dop è minimo di 12 anni in batterie di legni diversi, anche 25 anni per «l'extra vecchio», lo stazionamento dell'Igp è almeno di 60 giorni. Specificato anche questo, il fatturato dei Consorzi tutela del Dop di Modena e di Reggio Emilia si aggira 5 ai 7 milioni di euro all'anno, «considerando — conclude **Leonardo Giacobazzi**, vice presidente del Consorzio Tutela Dop di Modena — che le vendite avvengono parte all'ingrosso e parte per vendita diretta locale, si stima inoltre che almeno il 50% del prodotto abbia come destinazione finale il mercato estero con vendite al dettaglio con prezzi almeno raddoppiati».

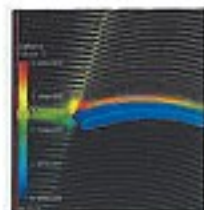
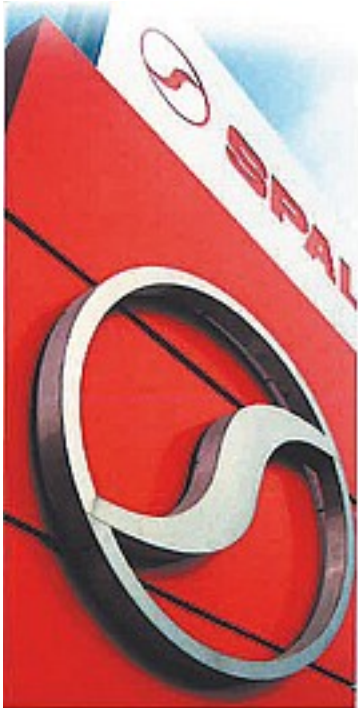
La produzione annuale, per quanto riguarda il Dop di Modena, si attesta su circa 80.000 bottigliette da 100 ml. E fra grandi e piccoli appassionati, comunque certificati, i produttori sono circa 200 su tutto il territorio che consiste, per disciplinare, nella Provincia di Modena. Ogni anno poi vengono imbottigliati dai 1500 ai 2000 litri di aceto Dop di Reggio Emilia. Sono 64 i produttori che utilizzano al 100% mosto cotto da uve autoctone della provincia reggiana.

Maria Centuori
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere, condividere e commentare gli articoli di Corriere Imprese su www.corrieredi-bologna.it



IL GRUPPO SPAL
è sempre alla
RICERCA

di persone di talento
anche per:



www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Lavora
con noi

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

FOOD VALLEY

Nuove varietà e consumatori più giovani La pera punta al 30% di **export**

La filiera fa il punto dopo il primo convegno organizzato a Ferrara

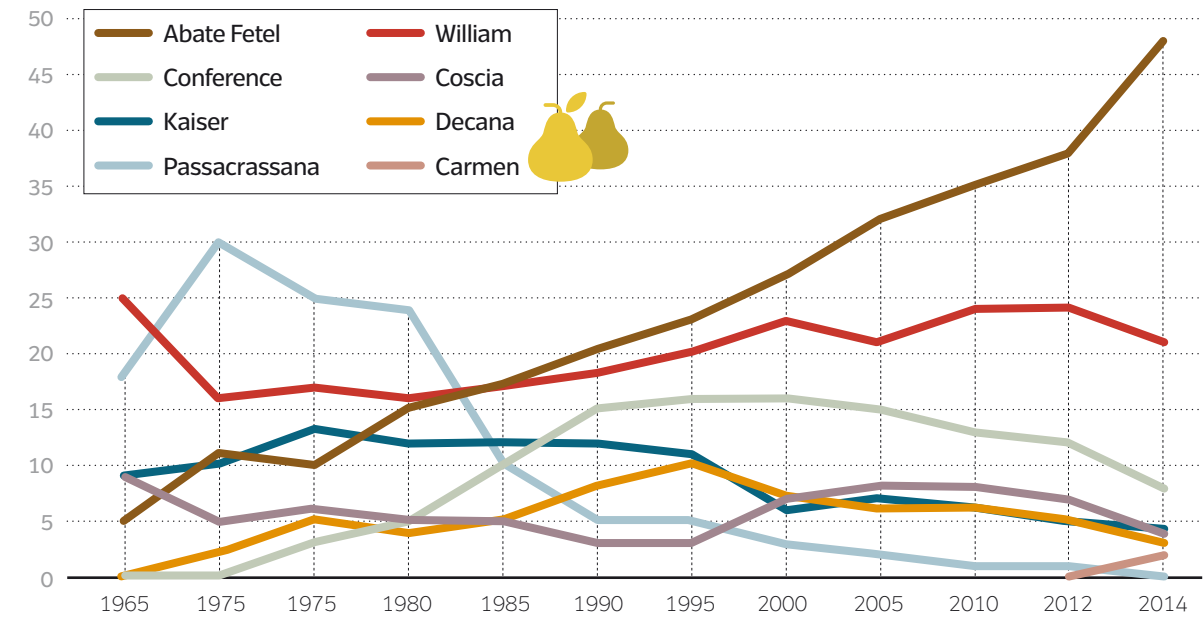
«**M**iglioramento della qualità organolettica, estensione del periodo di raccolta, resistenza alle malattie (soprattutto “colpo di fuoco” e “psylla”) e colore rosso sia della buccia, sia della polpa. Solo così l'innovazione varietale sarà in grado di assecondare gusti e richieste del consumatore», ha ribadito Walter Faedi, già direttore del Centro di ricerca in Frutticoltura di Forlì (oggi CREA), alla prima fiera italiana dedicata alla filiera della pera, Futurpera (Ferrara Fiere, 19-21 novembre): 8.000 presenze, 120 espositori e 16 delegazioni straniere che si sono avvicendate tra convegni, come il congresso mondiale Interpera, e incontri B2B. Obiettivo: dare una spinta ai consumi, anche sui mercati esteri, e migliorare la redditività dei produttori.

«Tutti i dati ci inducono a essere ottimisti — osserva Stefano Calderoni, presidente della società FuturPera, formata da Organizzazione Interprofessionale Pera e Ferrara Fiere — Ci sono grandi potenzialità di crescita: la pera si colloca al settimo posto come abitudine di consumo delle persone (fonte Agri2000) e chi l'apprezza ha in media 50-55 anni. Occorre, dunque, avvicinare bambini e giovani e soprattutto raggiungere i consumatori stranieri che sono un bacino potenziale vastissimo».

Puntare sull'aggregazione degli operatori per aggredire i mercati esteri proponendo la pera italiana di qualità attraverso un marketing serrato, è appunto l'auspicio dei neonati gruppi commerciali Opera! e Origine Group. Partendo ovviamente dalla varietà migliore, la nostrana Abate Fétel (300.000 tonnellate prodotte in casa, di cui 250.000 in Emilia-Romagna). «Questa concentrazione dell'offerta — dice Albano Bergami, vicepresidente dell'Organizzazione Interprofessionale Pera — ha già portato dei vantaggi (il prezzo dell'Abate riconosciuto al produttore è passato nell'ultimo anno da 42-48 a

Evoluzione dello standard varietale italiano

Percentuale sulla produzione



Fonte: Cso, Ferrara

72-78 centesimi al chilo) e si rivelata davvero vincente per un comparto racchiuso in una area naturale assai ristretta». Infatti, oltre l'80% delle pere prodotte in Italia proviene da un areale produttivo di 23.000 ettari concentrati prevalentemente nella zona compresa tra Ferrara, Bologna, Modena, Ravenna e Rovigo. Una rete di agricoltori che si è via via specializzata adottando tecniche agronomiche innovative e impianti ad alta densità finanche 12.000 piante a ettaro.

Il 2015 si chiude, tuttavia, con un calo della produzione italiana del 2% rispetto all'anno precedente e un quantitativo sulle 723.000 tonnellate (- 3% in Emilia-Romagna con 487.000 tonnellate), causa la riduzione delle superfici coltivate ma anche la pezzatura ridotta e «sfiancata» dall'eccessivo

caldo estivo. La buona notizia, invece, e che fan ben sperare, vede la quota dell'export segnare un più 14% (163.000 tonnellate) rispetto alla campagna di commercializzazione 2013/14.

«Germania, Francia, Est e Nord Europa, persino Medio Oriente e Libia: le nostre esportazioni mirano a raggiungere il 30% benché ora siano ferme al 20 — ribatte Luciano Trentini vicepresidente di Areflh, l'Assemblea delle Regioni Ortofrutticole Europee — Le cultivar Abate Fétel e William rappresentano circa il 70% della produzione nazionale e il 75% di quella emiliano-romagnola ma si sono originate nella seconda metà dell'800 e adesso per stuzzicare il consumatore, servono innovazioni».

Bene, allora, Carmen che è stata realizzata nel 2000 dal Crea-FRF e tutelata da brevetto

in una quindicina di Paesi esteri oltre alla Ue: rustica e produttiva, frutti color verde con sfaccettature rosse e sapore dolce-acidulo poi si raccoglie presto, la seconda decade di luglio ossia venti giorni prima di William.

Prospettive rosee e riflettori accesi pure sulla nuovissima pera Falstaff (ottima qualità organolettica, forma allungata e buccia rossa molto attraente), realizzata dal Crea-FRF e dal consorzio New Plant (OP Apocornero, ApofruitItalia e Oro-gel Fresco); è in corso di diffusione commerciale attraverso un sistema di gestione a «club». «A breve il breeding italiano condotto anche dall'Università di Bologna porterà sul mercato — conferma Faedi — altre pere con buccia di colorazione rossa più intensa in grado di incontrare le preferenze dei consumatori e nuovi genotipi a polpa rossa e buccia verde oppure dalla polpa molto croccante e succosa, ottenuti grazie all'incrocio tra parentali di pero europeo ed asiatico (nashi)».

B. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alimentare

Giro di poltrone



Nuovo ad per Amadori
È Massimo Romani
e proviene
da Grandi Salumifici

Amadori, azienda leader nel settore alimentare avicolo, prosegue nella svolta dirigenziale e nomina un nuovo manager. Dal primo gennaio Massimo Romani assumerà l'incarico di amministratore delegato, gli verrà quindi affidata la gestione aziendale e la realizzazione di rilevanti piani di sviluppo per i prossimi anni. Romani ha alle spalle esperienze significative nel settore alimentare e finanziario: sbarcherà a Cesena con il nuovo anno lasciandosi alle spalle i Grandi Salumifici Italiani di Modena dove è stato direttore generale dal 2011 e prima ancora chief financial officer dal 2007. Prima ancora Romani è stato per sette anni responsabile Pianificazione Strategica-M&A in Hera e ha lavorato anche in Unicredit. «La nostra azienda ha scelto di proseguire il proprio percorso di managerializzazione, con la scelta di un amministratore delegato giovane ma con solide esperienze alle spalle — ha commentato il vicepresidente Flavio Amadori — In tal modo la famiglia proprietaria e i soci potranno continuare a concentrarsi sulla visione strategica e sugli obiettivi a lungo termine, per affrontare le sfide del mercato con maggiore competitività».

Il profilo di Romani risponde molto bene alle esigenze degli Amadori, che già su queste pagine a luglio avevano rimarcato il desiderio di rimanere azienda familiare, ma con un alto livello di managerializzazione che potesse concretizzare le loro decisioni. Non è escluso che gli anni di Romani passati ai Grandi Salumifici possano aiutare Amadori ad andare in nuovi settori, come quello dei salumi.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 30 novembre
C'è tempo fino a fine mese per inviare la propria adesione a Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione, alla Camera di commercio di Parma.
www.pr.camcom.it

● 30 novembre
Fino al 7 dicembre, si potranno acquistare 22 articoli di Piquadro mai messi in produzione. Zaini, cartelle e borsoni assolutamente inediti che il marchio ha riservato per l'asta di beneficenza su eBay.it

● 2-3 dicembre
A Modena due incontri organizzati da Confindustria per richiamare l'attenzione delle aziende associate sulla nuova normativa degli ammortizzatori sociali.

● 3 dicembre
All'ateneo di Parma dalle 10.30 l'incontro «Trasparenza e legalità: gli impegni dell'Università e delle Aziende sanitarie di Parma» in aula magna.

● 15 dicembre
C'è tempo fino al 15 dicembre per partecipare al bando per la nascita e lo sviluppo di nuove imprese femminili, promosso dalla Camera di commercio di Ferrara.
www.fe.camcom.it

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

Dai prodotti erboristici alla cosmetica Il **sedano** è protagonista non solo in tavola

Coltivato soprattutto da Cesena a Rimini fino a toccare l'areale bolognese, il sedano in Emilia-Romagna è molto richiesto dall'industria e si presta a mille utilizzi dai prodotti erboristici alla cosmetica. Il verde è decisamente più aromatico (costo 0,8-4,5 euro/kg nella Gdo-Grande distribuzione; fonte Cso); il bianco, invece, è più tenero (1,8-3,2 euro/kg).

«Garantisce un buon reddito, dai nove agli undici mila euro all'ettaro di Plv (produzione lorda vendibile); con le insalate — sbotta l'imprenditore cesenate Matteo Brunelli — non si raggiungono tali numeri». Lui concentra la produzione in un raggio di venti chilometri (ottanta ettari di superficie in pieno campo) e fa solo «il verde» destinato al mercato fresco e, in parte, a una propria linea di

prodotti di bellezza, juliagreencosmetics.com.

«La novità? Un sapone liquido a base di sedano e salvia, rinfrescante ed emolliente».

Monterey, Octavius, Darklett, sono le varietà più diffuse in regione, alle quali si aggiungono le ultimissime Conga e Rumba, tutte accomunate da determinate caratteristiche: «Buona produttività (anche oltre le 100 tonnellate ad ettaro); costa piena e poco spugnosa e tolleranza alle malattie» precisa il responsabile del settore orticolo del CRPV Cesena, Vanni Tiselli.

«La cultivar Gigante di Romagna, prima in assoluto per intensità dell'aroma e colore vivo (un tempo era il sedano preferito per insaporire ad hoc soffritti e brodo) ora perde terreno via via penalizzata



La pianta

Il sedano (Apium graveolens L.) è una specie erbacea biennale appartenente alla famiglia delle Apiaceae, originaria della zona mediterranea e conosciuto come pianta medicinale. Le varietà più utilizzate in cucina sono il «sedano da costa» e il «sedano rapa»

dalla bassa produttività, tuttavia — spiega Tiselli — è interessante mantenere e valorizzare il suo genoplasma nell'ambito della ricerca, attraverso gli incroci, per non disperdere il patrimonio genetico».

Si dedica in particolar modo al sedano bianco, Mauro Bignami a Longara, Calderara di Reno (Bo). «Esegui l'imbianchimento delle coste nei mesi di ottobre-novembre, con fasciatura di almeno un mese — spiega — prima della raccolta». Tre cicli di produzione in tutto e cinquanta quintali di qualità con vendita diretta fino a gennaio (prezzi da 1,9 euro/kg per il verde e 2,5 per il bianco).

«Quest'anno il prodotto è molto bello ma abbiamo dovuto irrigare bene a luglio e agosto, mattina e sera ogni giorno. Il sedano richiede molta acqua».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Bologna Forlì Cesena Rimini Faenza Ravenna

www.salaroli.it





OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

Carife, sacrifici
per salvare
un territorio

SEGUE DALLA PRIMA

D'altro lato, però, questa storia insegna molto a tutti: management bancario, azionisti e autorità di vigilanza. Da oggi in avanti, infatti, non sarà più possibile tenere così riservati come oggi i rilievi formulati dalle autorità di vigilanza nelle fasi ispettive. E la Vigilanza sarà chiamata a interventi anche più veloci, visto anche il passaggio in aumento di capitale che era stato imposto a Carife, che poteva forse essere evitato, visti gli esiti. Gli istituti di cui sopra erano stati ampiamente ispezionati e anche sanzionati dalla Vigilanza della Banca d'Italia, ma chi tra gli azionisti e gli obbligazionisti era veramente a conoscenza degli addebiti formulati al management e ai consigli di amministrazione? È vero che la riservatezza è d'obbligo (specie nel settore del credito), ma se, in quanto investitore (privato o Fondazione bancaria), conosco le malefatte degli amministratori da un'autorità terza sarò poi disponibile a rinnovare il mandato a costoro? Molto difficilmente. Questo aspetto, evidentemente, diventa ora un tema di stretta «tutela del risparmio», e quindi meritevole del massimo grado di attenzione: sarà dunque necessario trovare i giusti metodi di comunicare in modo più ampio tali problematiche. E su questo punto si innesta il secondo: in presenza di rilievi e sanzioni amministrative sui vari amministratori che cosa ha fatto il «territorio» di queste banche? Poco o nulla. I conflitti di interesse che sono spesso all'origine di condotte gestionali poco prudenti (si pensi, come esempio, alla situazione di una banca che eroga prestiti per permettere l'acquisto di obbligazioni o azioni proprie!) sono la diretta emanazione di un controllo esercitato dagli stakeholder territoriali su queste banche che non ha mai favorito la selezione di una classe di amministratori veramente competente e indipendente. Ormai è chiaro: per salvaguardare il territorio la condizione necessaria è quella di conoscerne le caratteristiche e le specificità. Condizione sufficiente, però, è il grado di professionalità dimostrabile in un'attività, quale quella bancaria, che non si improvvisa con il «genio imprenditoriale italiano».

Massimiliano Marzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdegliesp@gmail.com



Il controcanto di Massimo Degli Esposti

LA POLIZZA DEL PELLEGRINO COSÌ UNIPOL VA IN PARADISO



Ai tempi di Cinzio Zambelli e Enea Mazzioli, Unipol era considerata la roccaforte della «finanza rossa», un avamposto del socialismo reale nel territorio nemico del capitalismo. Perfino l'indirizzo del quartier generale bolognese, via Stalingrado, aveva in sé qualcosa di evocativo.

Qualche anno più tardi, con Giovanni Consorte al timone, l'identità politica della compagnia era ancora così forte da giustificare la famosa frase «abbiamo una banca» con cui l'ad di Unipol annunciava all'allora

segretario dei Ds Piero Fassino la scalata vincente a Bnl. Erano soltanto dieci anni fa, ma sembra passato un secolo.

Oggi il successore di Consorte, Carlo Cimbri, è l'ospite d'onore nei salotti buoni della finanza milanese. Qualcuno addirittura lo considera il «cocco» di Mediobanca da quando, rilevando con le casse dei suoi soci cooperatori la dissestata compagnia Fondiaria Sai, ha tolto dalla mani degli uomini di Piazzetta Cuccia la patata bollente del crac Ligresti. E ora Cimbri — notizia del-

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Credem, risultati oltre le attese

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA



Lo scorso 11 novembre Credem, la banca reggiana, ha reso noto i risultati del terzo trimestre di quest'anno. I risultati sono risultati migliori delle attese, sostiene Matteo Zardoni di Banca Albertini Syz, ma presentano luci e ombre. Le luci fanno riferimento alla qualità del portafoglio crediti, che è di livello alto e, soprattutto, esposto al mondo delle medie e piccole imprese di valore, assistite da rating superiori rispetto alla media italiana. Grazie a questa strategia, il costo per il rischio è molto contenuto e l'accantonamento per crediti di dubbia esigibilità di soli 28 milioni di euro sul trimestre e di soli 79 sui primi nove mesi 2015. Da soppesare con cautela è invece il margine d'interesse, attestato a 111 milioni di euro (-11% rispetto a 2014), anche se risulta essere migliore delle attese. La scelta di effettuare di nuovo acquisti massicci di titoli di Stato è una delle chiavi del favorevole andamento. Successivamente, essi finiscono in garanzia alla Bce, al fine di incamerare liquidità. Quest'ultima viene spesso impiegata per altri acquisti di strumenti simili. In pratica, si è ancora lontani da una

crescita organica del margine d'interesse dovuto ad un incremento degli impieghi a soggetti in grado sia di onorare i pagamenti, sia di pagare uno spread ragionevole alla banca. In estrema sintesi, Credem, come gran parte del sistema bancario italiano, fatica a mantenere l'asticella dei ricavi alta. Le rinegoiazioni dei mutui alle famiglie, la trasparenza nelle offerte via internet hanno indubbiamente trasferito potere negoziale ai clienti più affidabili, con una pressione di segno negativo sui ricavi delle banche. La fetta di commissioni derivante dall'asset management assumerà via via maggiore importanza e sarà il livello della raccolta a fornire il vantaggio competitivo. Già ora Credem è ben posizionato, perché il 50% circa delle commissioni sono generate dall'asset management. L'azione Credem, di proprietà della famiglia Maramotti, ha valutazioni non care, pari a circa 12 volte l'utile atteso per il 2015. Non vi sono attese particolari riguardo a possibili svalutazioni crediti. Crescerà la competizione all'interno del sistema bancario, ma si tratta di ordinaria amministrazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Filiera del latte, guardare ai mercati
globali anziché aspettare tutele

SEGUE DALLA PRIMA

Proprio il mercato, e quindi anche quell'industria che investe e ricerca profitti, sta gravemente punendo questa impostazione, ed il ricorso all'orgoglio nazionale (quali gli appelli ai consumatori per il consumo di latte italiano) rischia di divenire pleonastico se non si riesce a sancire una differenza con le produzioni di altri Paesi.

I mercati non si possono chiudere o aprire a piacere, a seconda delle nostre convenienze. Non si può chiedere di sbarrare le frontiere solo in ingresso e pretendere che siano aperte per il nostro export. Questa demagogia è una forma di inganno o di autoinganno che, purtroppo, ha una pesante incidenza economica, perché viziata dalla mancanza di una cultu-

ra imprenditoriale.

Chiedere sostegni pubblici in questa fase può avere un senso se si tratta di finalizzarli a ristrutturazioni o riconversioni che consentano di avere un tempo un po' più lungo per quegli adeguamenti che evitino il crollo di un sistema, ma la rivendicazione di generici aiuti è del tutto perdente in un'Europa che stronca proprio questa linea.

Come Consorzio del Parmigiano Reggiano abbiamo puntato proprio a evitare i danni per gli allevatori derivanti dall'azzeramento del valore delle quote latte europee. Istituito il Registro delle quote latte per il Parmigiano Reggiano, e soprattutto attribuendole direttamente agli allevatori (unica Dop europea ad essersi così orientata), abbiamo creato valore reale per i produttori, che possono tangibilmente realizzar-

lo cedendo quote (900.000 quintali di latte sono stati scambiati in questo modo in un solo anno) o utilizzandole a garanzia di finanziamenti all'azienda (700.000 quintali di latte sono stati usati come pegno, sempre in 12 mesi).

Evidente che parlare di una Dop è diverso dal parlare di latte alimentare, ma il principio resta lo stesso: guardare ai mercati ed ai loro equilibri significa agire e progettare e, conseguentemente, orientare ogni azione ad una reale difesa dei redditi dei produttori.

Al contrario, affidarsi a improbabili tutele (da parte di chi?) fa compiere quegli stessi errori del passato, che a qualcuno hanno fatto pensare che si potesse produrre ciò che si voleva in barba alle quote, salvo poi dover rivendicare l'altrettanto improbabile diritto a non pagare le sanzioni.

Giuseppe Alai
Presidente Consorzio
Parmigiano Reggiano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

l'altro ieri — dai salotti buoni è arrivato addirittura a quelli «santi», sì, proprio la Santa Sede, dove «ha ricevuto l'apprezzamento di monsignor Fisichella, presidente del Pontificio Consiglio per la Nuova Evangelizzazione» come si legge nel comunicato congiunto diffuso dopo l'incontro. Elogio più che meritato, visto che UnipolSai sarà il main supporter del Giubileo straordinario della misericordia che si aprirà il prossimo 8 dicembre. «Nell'ambito dell'evento voluto da Papa Francesco all'insegna dell'accoglienza — recita lo stesso comunicato —, la Compagnia assicurativa contribuirà alla realizzazione di alcuni dei «Segni concreti della Misericordia» che verranno comunicati nel corso dell'Anno Santo. Inoltre, si farà carico della polizza per la copertura assicurativa di tutti i volontari del Giubileo e offrirà una polizza per l'assistenza dei pellegrini». Per Cimbri «è un grande onore poter collaborare con la Santa Sede»; il suo interlocutore vaticano gli risponde con un plauso «per la determinazione, le soluzioni e l'impegno mostrati». Potere di una polizza scontata del 40%, la polizza del pellegrino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Giovani idee crescono

Bocconi premia Comuni-Chiamo
La startup è usata in 60 Comuni

Comuni-Chiamo, la startup bolognese fondata da Gilberto Cavallina, Matteo Buferli, Jacopo Solmi e Jason Lawrance Boon, ha ottenuto uno dei tre riconoscimenti dell'Università Bocconi per le più innovative idee di business italiane. Si tratta di una piattaforma e app per la comunicazione tra i cittadini e i comuni italiani che consente ai chiunque di segnalare problemi e disagi che incontrano quotidianamente nell'interazione con le amministrazioni locali. Grazie al servizio di geo-localizzazione e alla possibilità di caricare immagini, le amministrazioni comunali hanno consapevolezza immediata di dove e come intervenire, senza la necessità di installare nessun software. Dal 2012, anno di fondazione, il servizio è utilizzato da 60 comuni. Comuni-Chiamo è stata premiata con 10.000 euro e un corso di management al master SDA Bocconi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Team Jason Boon, Gilberto Cavallina, Matteo Buferli, Jacopo Solmi

Risiko bancario

I 1500 piccoli indiani dentro Bper
Piccoli risparmiatori si organizzano

Per quanto non certo decisivi nella futura spa, dentro Bper Banca si organizzano pure i piccoli risparmiatori. Nessuna patto parasociale, per carità, perché i titoli, in genere tra i 100 e i 1.500 a testa, restano nella disponibilità solo dei singoli. Dalla Sardegna la Copsa, cooperativa che fornisce benefit complementari ai soci isolani, ha lanciato una campagna acquisti nelle periferie settentrionali dell'azionariato, tanto che, il 9 e 10 dicembre, il presidente Giorgio Romeo andrà in tour pre-natalizio tra la sede di Modena e Milano. Magari, in quell'occasione incontrerà Lazzaro Fontana, leader dell'Associazione Piccoli azionisti di Bper, con sede a Quattro Castella. E attenzione: a volte, queste realtà riescono pure a strappare strapuntini nella governance, come dimostra l'Adabper, l'unione, guidata da Carlo Felice Ferrarini, dei dipendenti azionisti, tra cui plurimi dirigenti o quadri del Gruppo.

N. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Simone Sabatini

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

IL MONDO CAMBIA, LE IMPRESE ANCHE.



Il mondo
non è più lo stesso.
Cambiano i mercati,
cambiano le sfide,
cambiano le aziende.

Noi di OPTA vi aiutiamo a rendere
efficienti e veloci i processi operativi
applicando le migliori best practice.
Lavoriamo con voi affinché
le vostre decisioni diventino realtà.

OPTA LOGISTICA
OPERATIONS
HEALTHCARE
ORGANIZZAZIONE

Best practice. Best results.

Via Galliera 17, 40121 Bologna
Telefono 051263147
info@opta.it

www.opta.it